

**UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA**



Con el tiempo el tiempo Azcapotzalco

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD AZCAPOTZALCO**

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

**LA ORGANIZACIÓN DE COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA
¿UNA FORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA?**

**TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADAS EN SOCIOLOGÍA**

PRESENTAN:
ALCALÁ MARTÍNEZ ALMA DELIA 99311550
MONTES VELÁZQUEZ LIZET 99311125

ASESOR:
RICARDO TORRES JIMÉNEZ

AREA SOCIOLOGIA URBANA

JUNIO 2005

LA ORGANIZACIÓN DE COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA, ¿UNA FORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA?

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
 CAPÍTULO 1. EL COMERCIO EN LA VÍA PÚBLICA DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y LA PRÁCTICA CIUDADANA.....	8
 1.1 La Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced	20
 CAPÍTULO 2. LA ORGANIZACIÓN DE CVP, UN ESPACIO DE PODER	27
 2.1 Estructura interna.....	31
2.2 Liderazgo.....	35
2.3 Nosotros los comerciantes, y ustedes los funcionarios (interacción entre la organización, la delegación Cuauhtémoc y el D.F.....	43
2.3.1 Programas de Reordenación ¿Qué es esto?.....	47
 CAPÍTULO 3. LOS COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA Y PRÁCTICA CIUDADANA	55
 3.1 El Comercio en la Vía Pública y la participación ciudadana.	58
3.2 La apropiación del espacio una forma de manifestación ciudadana.....	67
 CONCLUSIÓN	70
ANEXO METODOLÓGICO.....	77
SIGLAS	88
BIBLIOGRAFÍA	89

...

INTRODUCCIÓN

Una característica del Centro Histórico de la Ciudad de México, es el Comercio en la Vía Pública (CVP) que ha prevalecido por años. Se sabe que las medidas que ha implementado el Gobierno del Distrito Federal no han podido erradicar el problema por completo, ahí es cuando surge la pregunta ¿Cuál ha sido el mecanismo principal, por el cual los comerciantes continúan desarrollando su actividad en las calles del Centro Histórico? ¿A caso, sus acciones se pueden considerar como una forma de participación ciudadana?

Así, se consideró trascendente estudiar el fenómeno del CVP, con el propósito de identificar y describir los factores que explican la regularidad del fenómeno, la forma de la estructura organizativa de los comerciantes, las implicaciones que ha tenido para que siga desarrollándose y/o expandiéndose en las calles del Centro Histórico y por qué se le puede considerar una forma de participación ciudadana.

Siguiendo esta línea, el punto de partida para la investigación fue conocer la forma en que operan organizadamente los comerciantes en la vía pública (cvp), así como su estructura, función, relaciones sociales y objetivos. La investigación se centró principalmente en el caso de la organización de cvp "Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced" que lidera Silvia Sánchez Rico y que se localiza en las calles del perímetro "A" del Centro Histórico de la Ciudad de México en la Delegación Cuauhtémoc. La investigación se realizó en tiempo actual para analizar la relación entre la organización de cvp y la participación ciudadana y así poder determinar su importancia contextual. La delimitación del ámbito espacial

se determinó a partir de que, las cuatro calles elegidas (Anillo de Circunvalación, de San Pablo a Corregidora; Corregidora; Avenida Pino Suárez y Correo Mayor, -ver plano 1- son representativas de toda el área que abarcan los comerciantes puesto que en ellas se encuentran en número considerable.

El Centro Histórico, se sabe, es el escenario principal del CVP, se caracteriza por una alta concentración de comerciantes durante todo el año y más aún en temporadas navideñas donde el comercio es permitido discrecionalmente con el otorgamiento de permisos extendidos por las autoridades correspondientes para que hagan uso de las calles por un periodo específico.

Para el desarrollo de esta investigación se formularon una serie de preguntas:

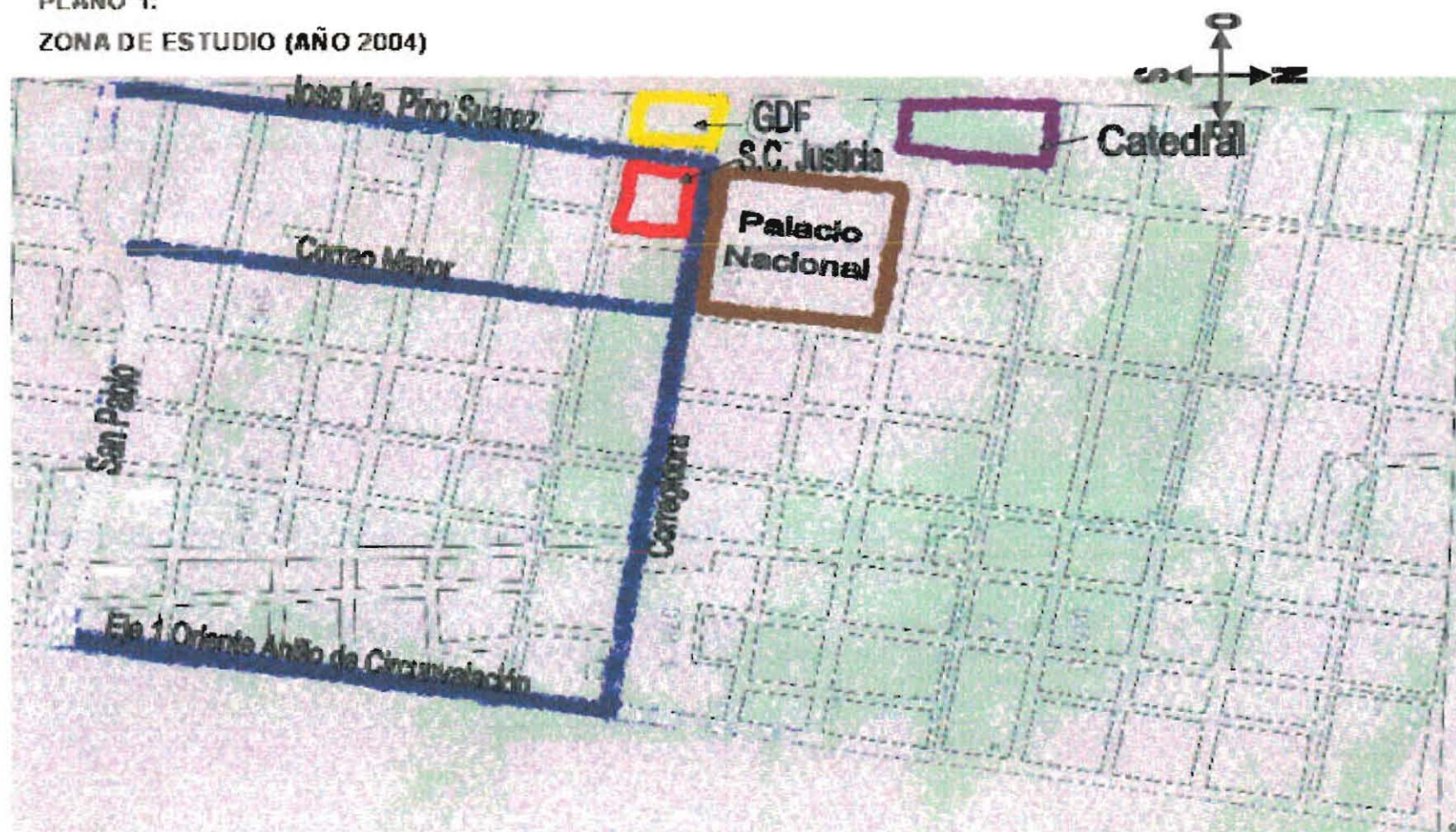
En la actualidad ¿Cuál es el factor o los factores de mayor peso que explican el comportamiento del CVP?, acaso ¿La organización de comerciantes en la vía pública es la clave principal?, y si es así, ¿Cuál es la estructura funcional de la organización?, ¿Cuáles son los factores que caracterizan a los cvp como ciudadanos? y finalmente ¿Sus manifestaciones, son formas de participación ciudadana?

Para dar forma a la investigación, fue necesario, definir, algunas precisiones conceptuales principalmente en relación con la estructura organizativa de los cvp y las relacionadas con las prácticas sociales que definirían a la organización como una forma de participación ciudadana.

Después se precisaron las técnicas de investigación (cualitativa y cuantitativa) que pudieran apoyar para obtener la información que se requería para lograr los resultados propuestos y la veracidad de las hipótesis formuladas, mismas que se desarrollaran en las conclusiones finales, y son las siguientes:

PLANO 1:

ZONA DE ESTUDIO (AÑO 2004)



Fuente: XII Censo General de Población y Vivienda 2000
 UNIDAD GEOGRAFICA 0901 5001
 CUAUHTÉMOC.

SIMBOLOGÍA	
	ZONA DE ESTUDIO
	GDF
	S.C. Justicia
	Catedral
	Palacio Nacional

1. La organización de cvp es un espacio de poder donde la líder establece relaciones clientelares con agremiados y autoridades; 2. Conforme se desarrollan programas orientados a regular el CVP, la estructura organizativa de los comerciantes se fortalece; 3. La organización de cvp es una forma de participación ciudadana; y 4. La apropiación del espacio es una forma de manifestar las demandas ciudadanas de los comerciantes.

Fue así, como se trabajó con una serie de métodos que reflejan cierta variedad y que incluyen: un análisis de documentos oficiales sobre Programas de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública; revisión bibliográfica sistematizada sobre participación ciudadana y CVP; datos estadísticos relacionados con el fenómeno y el papel que juega la organización, ambos provenientes de una encuesta diseñada especialmente para este estudio;* notas de campo elaboradas a través de la observación no participante que se realizó al área de estudio; entrevistas cualitativas a informantes clave, que tenían como objetivo conocer acontecimientos y actividades que no se podían observar directamente.

La variedad de métodos utilizados adquirieron gran importancia para el desarrollo de esta investigación, estos se encuentran ampliamente descritos en el anexo metodológico que se incluye al final de este documento.

El trabajo de investigación que se presenta a continuación, está conformado por tres capítulos. En el primer capítulo, se plantea la práctica ciudadana de los cvp en el Centro Histórico de la Ciudad de México; en este apartado se describen las

* La encuesta se aplicó a una muestra representativa de 96 casos en las cuatro calles estudiadas. Para mayores antecedentes, consultar anexo metodológico.

características bajo las cuales se desarrolla el CVP, así también se presentan las distintas modalidades de cvp dentro de la zona de estudio, de igual forma se explica en términos generales, el contexto en el cual se desarrolló la organización: Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced, A.C, con la dirección de Guillermina Rico. En el segundo capítulo se presenta la función que cumple la organización de cvp como una estructura organizada y fundada en base a objetivos y metas, la transformación que sufrió la Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced A.C con Silvia Sánchez Rico; resaltando el papel que juega el líder al interior de la organización, las relaciones que se han dado entre comerciantes, líderes y autoridades y, la finalidad que ha tenido la implementación de Programas de Reordenamiento del CVP.

El último capítulo responde a la pregunta principal, que llevó a plantear el tema de investigación: La organización de comerciantes en la vía pública ¿una forma de participación ciudadana?, en el se presenta el por qué la organización de cvp puede ser reconocida como una forma de participación ciudadana y las características que identifican a la organización de cvp como tal.

Para concluir es necesario aclarar que esta obra es resultado de un intenso trabajo de investigación coordinado por el Mtro. Ricardo Torres y en su momento por la Mtra. Nicolasa López. También se agradece al equipo de encuestadores (por orden alfabético) Ana Lilia, Leticia, Liliana, Oscar y Shugey; y a todos aquellos (ellos saben quienes son) que desde el inicio les pareció un buen tema de investigación.

MAYO 2005

CAPITULO I

EL COMERCIO EN LA VIA PÚBLICA EN EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y LA PRÁCTICA CIUDADANA

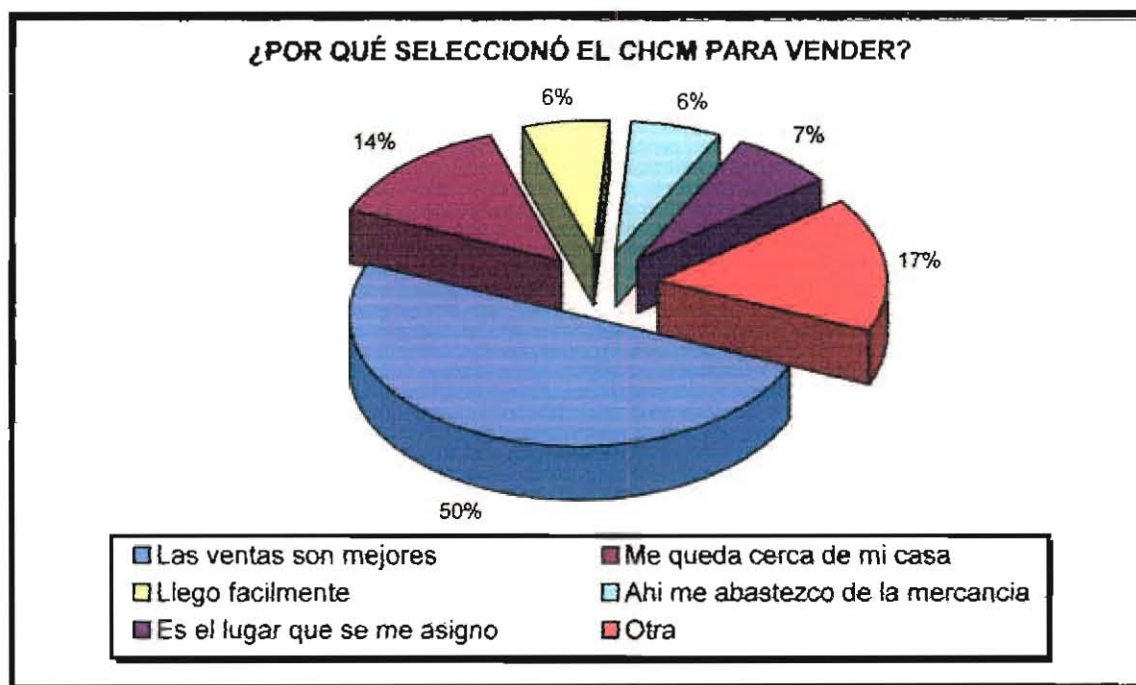
"Lo único que queremos es que nos dejen trabajar"
(Sánchez, 2004)

El Centro Histórico de la Ciudad de México (CHCM) es el principal escenario donde se desarrolla el Comercio en la Vía Pública (CVP), es reconocido como uno de los espacios más importantes a nivel nacional, donde han acontecido grandes cambios y manifestaciones sociales, por el gran bagaje cultural y simbólico que posee, por la amplia actividad comercial que se desarrolla, desde la más especializada, hasta la más simple, por concentrar el mayor número de edificaciones antiguas, así como las principales instituciones financieras y principalmente por ser el espacio donde convergen el ámbito político, económico y religioso, que dan carácter a la vida nacional.

La experiencia de vivir y usar la ciudad ha obligado a los comerciantes en la vía pública (cvp) a buscar el acceso directo a los bienes y a las condiciones que les permita resolver sus necesidades (ver gráfica 1), por ello el CHCM ha sido ideal para desarrollar el comercio, por considerarlo el lugar donde se realizan las mejores ventas. Como ciudadanos, tienen derecho a la ciudad y al ejercicio de sus derechos y obligaciones, lo cual ha sido el principio inmediato que ha llevado a la organización de comerciantes en la vía pública a mantener un tipo de participación social, que ha cobrado gran relevancia para la producción de la vida social en el CHCM; por excelencia, este ha sido un espacio de la ciudadanía, producto del

ejercicio cotidiano que se vive en sus calles, las cuales dan muestra de la lucha que enfrentan diariamente sus habitantes en base a intereses específicos.

Gráfica 1



Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004.

Así la participación de los comerciantes y su práctica ciudadana, se ha reflejado en su vida cotidiana, en su quehacer diario, en todas las acciones que realizan para continuar ejerciendo la actividad del comercio en la vía pública (CVP). La particularidad radica, en que el ciudadano se mueve entre múltiples identidades, se es ciudadano y votante, ciudadano y soldado, ciudadano y empresario, *ciudadano y comerciante en la vía pública*, como es el caso que nos ocupa, y es ésta segunda cualidad lo que diferencia las prácticas de ciudadanía y a la cual haremos referencia. (Cf. Tamayo, 2000:46)

El CVP como parte de la imagen urbana de la Ciudad de México, es un problema que ha existido a lo largo de la historia y ha crecido día con día. Durante mucho tiempo ha sido observado por las autoridades locales, quienes han buscado la implementación de mecanismos adecuados para dar solución viable; sin embargo, es notorio que hasta el momento las medidas tomadas no han sido las más adecuadas dado que el problema persiste y no hay muestra de alguna solución inmediata.

El Comercio en la Vía Pública en el CHCM



Fuente: Alcalá y Montes, Corregidora, 24 de Febrero del 2004.

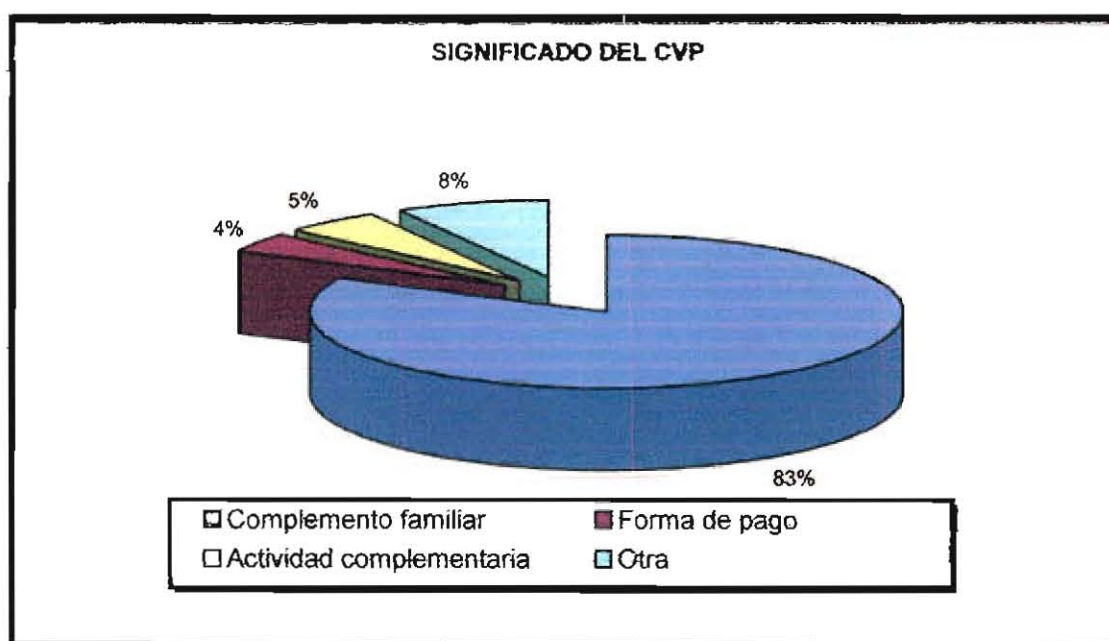
Para los fines de este trabajo se aludirá al término Comercio en la Vía Pública¹ como: expresión de un sistema de actores que en su interacción se animan a buscar y proponer respuestas que favorezcan sus intereses, que además tengan un carácter integral para contrarrestar las problemáticas económicas, políticas, sociales y culturales derivadas y con ello reducir el conflicto² (Torres, 1998:269).

¹ El Tianquitzli, la forma de mercado de los Aztecas, da inicio a la historia del Comercio en la Vía Pública.

² Asimismo Connolly anota que al sector informal se le acuñen varias definiciones: bajos ingresos y ausencia de beneficios sociales; ingresos por debajo del mínimo, sin prestaciones, y por lo tanto empleo en condiciones ilegales en cuanto al incumplimiento de la ley de trabajo. El sector informal también tiene la cualidad de ser eventual, por el hecho de ser trabajadores de tiempo parcial, que

En términos legales el CVP se define como una actividad económica no registrada en las cuentas nacionales y/o que no paga impuestos, ni contribuciones a los sistemas de seguridad social (Connolly, 1980:79). Una actividad económica informal, que sabemos está organizada e integrada por individuos que comparten características y que interactúan de un modo regular y estructurado con base a normas, metas y objetivos de acuerdo con sus intereses y para quienes el CVP significa un complemento al ingreso familiar (ver gráfica 2).

Gráfica 2



Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004.

Actualmente, la inserción de los individuos al CVP coincide con la implementación en nuestro país en los años ochenta, de una serie de políticas de estricto ajuste económico, las cuales se han traducido en un proceso de desindustrialización, despidos masivos de trabajadores, recorte del gasto social, desvalorización

trabajan por cualquier motivo; aunado a ello, los ingresos bajos e irregularidad, la ausencia de sindicalización; la pobreza, la marginalidad relacionada con los bajos niveles educativos, el predominio de inmigrantes.

salarial, crecimiento de la pobreza, contracción del mercado, condiciones laborales precarias, entre otros. Actualmente, *"Una tercera parte de la población ocupada percibe uno y dos salarios mínimos al mes, es decir, entre mil 300 y 2 mil 620 pesos. La mayoría, 46.3% del total, cuenta con un ingreso entre 2 y 5 salarios, y los que perciben mayores percepciones, más de 5 salarios, presentan sólo 15%. De un millón de empleos que se generaron en 2003, el 70% puede considerarse economía informal. El estancamiento en la economía propició que en el año se perdieran poco más de 90 mil empleos formales, medidos con el número de asegurados en el Instituto Mexicano del Seguro Social IMSS"* (La Jornada, 2004:11).

La necesidad de obtener ingresos, ha originado que un amplio sector de la población, de acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas, encontró en el CVP un mecanismo de subsistencia y de ocupación. Así también, es la alternativa inmediata para aquellas personas que se ven impedidas de acceder al mercado laboral, básicamente por su escasa calificación. De igual manera, ha sido la salida para mucha gente desempleada o despedida, dado que esta actividad ha sido una oportunidad de obtener un ingreso económico, ante los bajos salarios que existen en nuestro país.

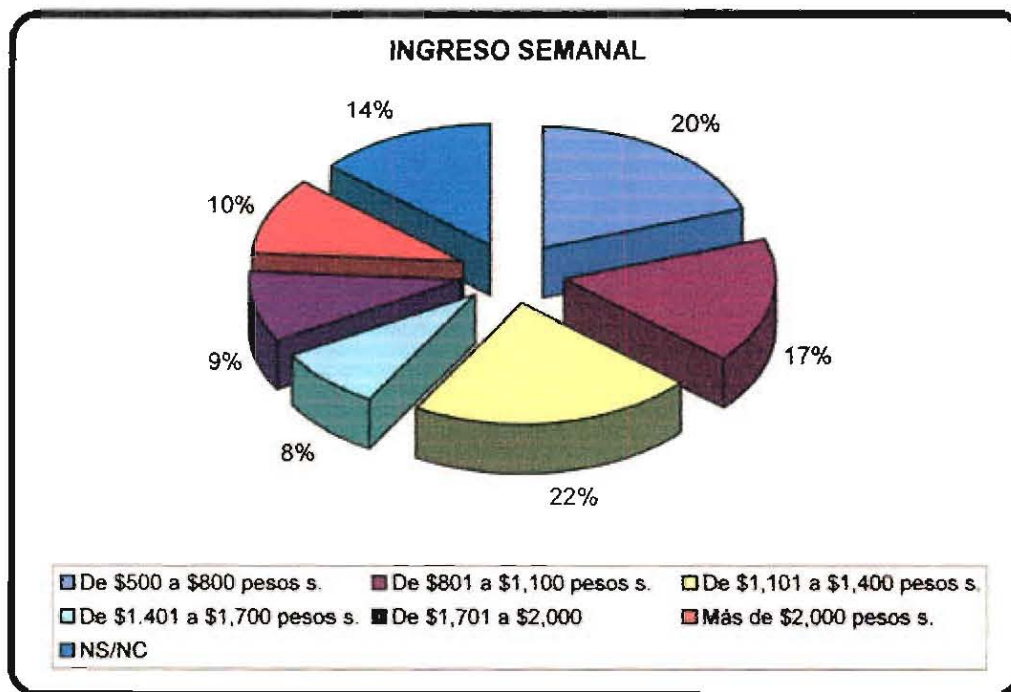
Comerciante semifijo



Fuente: Alcalá, Correo Mayor, 19 de Noviembre del 2004.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se tiene que el ingreso semanal que percibe el 21.9 % de los comerciantes oscila entre los \$1,101 y \$1,400 pesos semanales (ver gráfica 3), la diferencia en los ingresos de los comerciantes depende de la mercancía que comercializan y del costo bajo el cual la ofrecen.

Gráfica 3



Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004.

Lo primero que se observa cuando acudimos al Centro Histórico, son comerciantes invadiendo banquetas, obstruyendo el paso peatonal y el flujo vehicular, ofreciendo a voz abierta una gran variedad y colorido de productos a muy bajo costo para atraer a la clientela³. Para la población el CVP es una característica del Centro Histórico, algo normal que ha persistido a lo largo de la

³ Son los Nauhaloztomeca y los Pochtecatlaloque (Apuntes S/F mimeo) los que se aproximan a la concepción de comerciantes en la vía pública que se tiene actualmente.

historia⁴ a pesar de los grandes esfuerzos que han realizado las autoridades para erradicarlos.

Ha sido común pensar que un cvp es un individuo marginado, con baja o nula escolaridad, sin oportunidades de acceder a un trabajo asalariado, de bajos recursos, poca movilidad social y que tienen como única forma de obtener ingresos, desarrollar una actividad informal como lo es el CVP. No obstante, muchos de los casos no cumplen con estas características. Hasta el momento lo que se ha observado y analizado, lleva a concluir que el CVP ya no es sólo una alternativa de sobrevivencia, o efecto de la situación económica del país, como muchos autores lo han planteado, sino también, es una forma de vivir, es el simple gusto por la actividad que ha pasado tradicionalmente de generación en generación. Se puede preguntar ¿cuántos años tiene en promedio un cvp dedicándose a esta actividad? Básicamente el promedio oscila entre los 20 y 35 años, sino es que toda la vida, cumpliendo una jornada de trabajo de 10 horas diarias todo el año, excepto Navidad y Reyes Magos, donde la jornada se extiende las veinticuatro horas del día (ver cuadro 1).

Obstruyendo el paso peatonal



Fuente: Alcalá. Correo Mayor, 19 de Noviembre del 2004

⁴ Es con la fundación del imperio azteca, que el comercio alcanzó el grado de desarrollo que encontraron los españoles; y al mezclarse estas dos formas de ejercer el comercio, fue uno de los antecedentes comerciales de la actual ciudad de México y de forma significativa, Tlatelolco fue la ciudad que tuvo una gran importancia económica.

Cuadro 1

JORNADA DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	5 horas diarias	6 horas diarias	8 horas diarias	9 horas diarias	10 horas diarias	11 horas diarias	12 horas diarias	TOTAL
INSTALACIÓN								
5 días a la semana			3	3				6
6 días a la semana		2	3	7	6		1	19
Toda la semana	1	2	12	15	17	4	20	71
TOTAL	1	4	18	25	23	4	21	96

Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004.

Para los comerciantes no hay día de descanso, ni vacaciones, mucho menos incapacidades, su estado de vulnerabilidad los lleva a enfrentar una serie de acontecimientos, porque la actividad que están realizando traspasa toda la normatividad, debido a que el CVP se desarrolla en una zona donde el Bando⁵ lo prohíbe legalmente.

Básicamente los comerciantes que se encuentran instalados han adoptado diferentes modalidades para desarrollar el comercio en la vía pública.

Encontramos, comerciantes con puestos con algún tipo de estructura, ya sea fija o móvil y comerciantes que expanden sus mercancías sin necesidad de una instalación.

Los primeros se distinguen por ser comerciantes en puestos fijos y semifijos, fijos porque utilizan estructuras metálicas, ancladas a la banqueta, los giros que manejan son alimentos preparados, venta de periódicos y revistas. Algunos

⁵ Estatuto publicado por el Gobierno del Distrito Federal en 1993, donde se prohíbe el ejercicio del CVP en las calles del perímetro "A" del CHCM.

pertenecen a liderazgos tradicionales otros a organizaciones de comerciantes independientes.⁶ Semifijos porque su instalación se da diariamente, con la utilización de estructuras metálicas desarmables, mesas, cajas, tablas, con paraguas ó lonas. Este grupo es el más abundante y dinámico, se organiza alrededor de líderes, y en la calle a través del delegado o responsable de calle quien es el representante de la organización.

Los comerciantes que expanden sus mercancías se diferencian de los anteriores por ser comerciantes que venden sus artículos en vehículos rodantes y comerciantes "toreros". Los primeros funcionan siguiendo los liderazgos de los comerciantes semifijos o de forma independiente (toreros). Se les localiza en medio de las calles vendiendo refrescos, aguas, helados, cigarros, dulces, etc. Constantemente se mueven de su lugar debido a que las autoridades no permiten el ejercicio del comercio en esta área por la obstrucción del paso a peatones y vehículos. Los comerciantes "toreros", son vendedores que expanden sus mercancías en mantas negras, bolsas de hule o cajas, evaden diariamente a las autoridades y a las organizaciones de los cvp por ello el nombre de "toreros".

Cabe señalar que dentro del área de estudio se pudo distinguir claramente a los cuatro tipos de comerciantes que se mencionan arriba (ver cuadro 2).

Indistintamente de la modalidad, su instalación se da de lunes a sábado (a excepción de aquellos comerciantes que laboran todos los días) regularmente en su lugar asignado, excepto aquellos que no tienen un lugar fijo (toreros); se llegan a retirar con sus mercancías hasta el final de la jornada, que básicamente se da entre 8 y 10 de la noche, tomando en consideración los horarios de mayor venta.

⁶ Los comerciantes se autodenominan independientes, por el hecho de no pertenecer a organizaciones controladas por líderes fuertes.

Cuadro 2

MODALIDADES DE CVP UBICADO EN LA ZONA DE ESTUDIO (2004)

UBICACIÓN	MODALIDAD
Corregidora de Pino Suárez a Correo Mayor	Toreros
Corregidora de Correo Mayor a Anillo de Circunvalación	Semifijos, comerciantes sin puesto y vehículos rodantes
Correo Mayor de Corregidora a Venustiano Carranza	Toreros
Correo Mayor de Venustiano Carranza a San Pablo	Semifijos, comerciantes sin puesto y vehículos rodantes
Pino Suárez	Semifijos y comerciantes sin puesto
Anillo de Circunvalación	Semifijos y comerciantes sin puestos

La mercancía que se comercializa en las calles estudiadas es de diverso origen, se pueden encontrar mercancías de procedencia tanto nacional como internacional. En las calles de Corregidora, Correo Mayor y Avenida Pino Suárez, abundan diversos artículos como: ropa, tenis, perros, artículos de decoración, artículos de belleza, juguetes, bolsas, CD, películas DVD, películas MP3, dulces, gorras, mochilas, paraguas, pilas, antenas, utensilios de cocina, relojes, celulares y puestos de comida. La Avenida Anillo de Circunvalación, se caracteriza principalmente por la gran variedad de ropa que se puede adquirir a precios muy accesibles dependiendo, claro está, de la autenticidad de las marcas.

¡Bara, bara!



Fuente: Alcalá y Montes, Corregidora, 24 de Febrero 2004

Para poder desarrollar el comercio, se debe cumplir con la norma principal: cubrir una cuota que oscila entre los \$20 y \$30 pesos diarios, por el uso de suelo, pago que es cubierto al líder⁷ (cuadro 3), quien normalmente es representante de la organización ante las autoridades y ante los comerciantes, pues de alguna manera son ellos quienes controlan, regulan y dan protección a los comerciantes.

Comercio Fijo



Fuente: Alcalá, Anillo de Circunvalación, 19 de Noviembre del 2004

⁷ Desde los años 1375-1418, los comerciantes tenían Jefes, (los líderes como se conocen actualmente) eran Itzlohuatzin y Tzihtecatzin, después fueron Cozmatzin y Tzopantzin. (León-Portilla, 1995:36)

Cuadro 3
CUOTA POR USO DE SUELO

¿ A QUIÉN LE PAGA?	Dirección de Mercados	Otro	NS/NC	TOTAL
¿ CUÁNTO PAGA POR EL PERMISO?				
\$20 a \$50 p.s.	7	4		11
\$51 a \$100 p.s.	22	3		25
\$101 a \$150 p.s.	11	2		13
\$151 a \$ 200 p.s.	3			3
\$201 a \$250 p.s.	1			1
\$251 a \$300 p.s.	1			1
NS/NC			42	42
TOTAL	45	9	42	96

Fuente: Información recabada a través de la encuesta 12 de junio de 2004.

Con el fin de buscar los mecanismos adecuados para dar solución a los problemas que viven cotidianamente los comerciantes, han formado organizaciones, que con el tiempo se han transformado en una estructura de intereses corporativos donde han intervenido: políticos, funcionarios, inspectores, líderes y los propios comerciantes, quienes han tenido que ampararse bajo la investidura de una organización estructurada de acuerdo a sus intereses.

Las relaciones que se dan entre los miembros de la organización, implican una acción para coordinar las actividades de un grupo con miras a la consecución de determinados objetivos, por consiguiente, la organización de cvp como tal, es un conjunto de individuos con objetivos particulares orientados a la solución de una serie de necesidades, de ahí que se plantea: la organización de comerciantes en la vía pública es una forma de participación ciudadana, porque sus acciones van dirigidas a lograr una serie de intereses y objetivos colectivos específicos.

La movilización ciudadana y su participación en distintas esferas, ha dado lugar a numerosas expresiones colectivas y a diversas formas organizativas. Ha puesto de manifiesto las necesidades de distintos grupos de la sociedad, como las organizaciones de cvp, ha puesto en práctica nuevos mecanismos de negociación y ha abierto espacios para la gestión de demandas. De esta manera la participación ciudadana se ha extendido y cobrado gran fuerza.

1.1 La Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced

En toda la historia del CVP, quien logró aglutinar el mayor número de comerciantes en la vía pública al interior de una organización, que pugnara por intereses comunes y que tuviera el reconocimiento de las autoridades, fue Guillermina Rico Gonzáles, lideresa que por más de 40 años estuvo al frente de la "Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced, AC" (UCCAM). Fue considerada la lideresa más poderosa del CVP, su zona de control abarcaba la Merced, Centro Histórico, Metro Chapultepec, San Antonio Abad, San Cosme, Guerrero y Salto del Agua (ver plano 2).

La historia inicia en el mercado de la merced⁸. Un puesto de limones, y la problemática que enfrentaba un grupo reducido de comerciantes, en su mayoría mujeres, perfilan el surgimiento de una lideresa⁹ que, por más de cuatro décadas, pugnó por los intereses de los cvp, logrando aglutinar el mayor número de

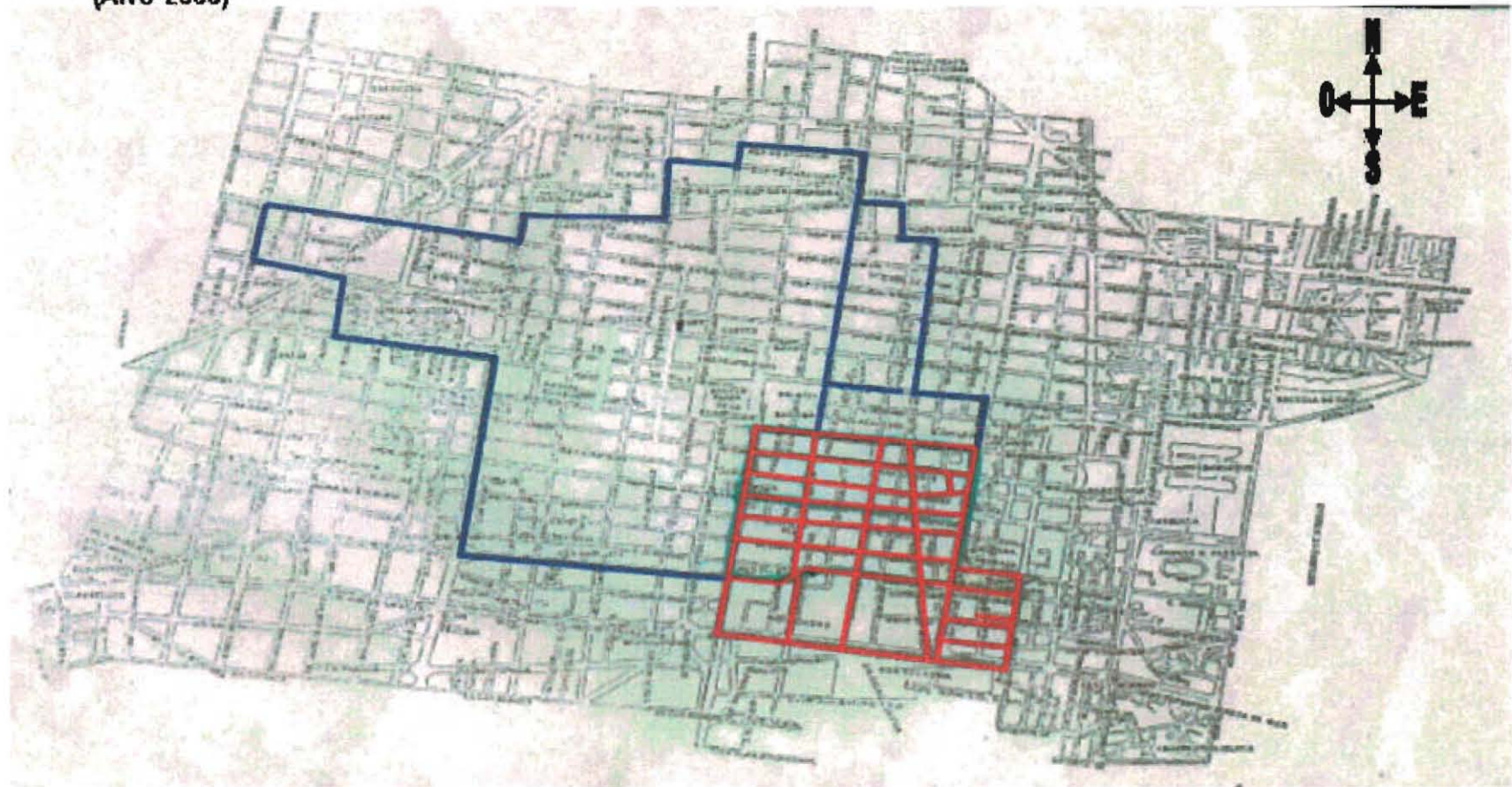
⁸ El mercado de la Merced se creó desde 1861 (Solís, 200:19) la idea era reordenar en él a los comerciantes del mercado "El Volador". Entrando el siglo XIX el mercado de la Merced, y su barrio, terminaron por convertirse en la central de abastos de la Ciudad de México. Pero en vista de que no resolvía el problema de abastecimiento de comerciantes, se acordó crear del mercado de la Merced a Juan José Baz, por las calles de Manzanares y Talavera, un Corredor Comercial cerrado. (Apuntes S/F mimeo)

⁹ Líder: etimológicamente proviene del vocablo inglés Leader, Guía.

PLANO 2 :

ZONA DE AFLUENCIA DE LA UNION CIVICA Y COMERCIAL DE LA ANTIGUA MERCED (UCCAM)

(AÑO 2000)



Fuente: INEGI Censo General de Población y Vivienda 2000

SIMBOLOGÍA

- UCCAM.
- PERIMETRO "A"

comerciantes (9 a 12 mil comerciantes) y el control de las calles más importantes del primer cuadro del Centro Histórico de la Ciudad de México.

El respeto y reconocimiento que obtuvo Guillermina Rico se debió en gran medida a su capacidad de negociación, al carisma y a la generosidad que la caracterizó durante toda su vida, siempre estaba dispuesta a brindar ayuda. Las cualidades que le caracterizaron, fueron fundamentales para el liderazgo que logró establecer. Por parte de los comerciantes existía, y se puede decir que hasta hoy en día existe, gran admiración y respeto por el papel que desempeñó al interior de la organización.

Los comerciantes relatan que cuando la organización estuvo bajo el mando de Guillermina Rico, la situación que acontecía en ese momento era otra, que ésta se preocupaba porque todos trabajaran e inclusive por medio de prestamos ayudó a que muchos comerciantes se insertaran en la actividad con la condición de que dieran buen uso a los recursos que ella ofrecía y le fueran reembolsados posteriormente.

El apoyo que brindaba Guillermina Rico, en especial a las mujeres, madres solteras, la llevó a establecer una red de comadrazgos, que con el tiempo se convirtió en un "grupo de comadres" que fungían como un grupo de choque que la protegía incondicionalmente.

Los mejores años de Guillermina Rico se dieron con la crisis, de 1985 y 1991 (La Jornada, 30 de Agosto de 1995), los resultados se hacían notar en las "ganancias" que obtenía por los permisos que otorgaba para vender. Al igual, la crisis de 1994 representó el retorno de su liderazgo, sin embargo, no esperaba que el Gobierno de la Ciudad de México implementara un "fuerte dispositivo, denominado,

Amanecer" (La Jornada, 30 de Agosto de 1995), que tenía como objetivo desmembrar la organización UCCAM.

El afán por defender el comercio en la vía pública, señalan algunos comerciantes, llevó a Guillermina Rico a consolidar una organización de cvp bien estructurada, que por muchos años fue blanco perfecto para los intereses de las autoridades. La capacidad de convocatoria que tenía Guillermina Rico, la llevó a obtener legitimidad frente a ésta, y a ser una pieza fundamental para el Partido Revolucionario Institucional (PRI), quien al darse cuenta de la hegemonía que mantenía Guillermina Rico en el Centro Histórico, a través del consenso y la coerción que había instaurado entre sus agremiados, podía ser un gran soporte de campañas políticas, y un mecanismo por el cual se podía inducir el voto de miles de comerciantes en favor del PRI. De esta manera, los votos y las negociaciones que había establecido con autoridades fueron el vínculo, por el cual los cvp, podían seguir trabajando en el Centro Histórico, ya que con la aprobación de las autoridades en turno, la actividad del CVP se podía seguir desarrollando.

El activismo político de Guillermina Rico fue siempre a favor del PRI.

"Somos priistas de corazón, de hueso colorado, hasta morir"

(La Jornada, 12 de mayo de 1995)

No había campañas o mítines políticos de los Regentes de Gobierno, de la Delegación Cuauhtémoc o del PRI, en que los agremiados de Guillermina no hicieran acto de presencia, lanzando porras, a los candidatos:

"Aproximadamente 3 mil seguidores de la lideresa acudieron a manifestar su apoyo al presidente Zedillo por su primer informe de Gobierno. Guillermina Rico rechazó ser la responsable

de la invasión de las calles: No estábamos por gusto, porque las autoridades nos habían colocado ahí" (La Jornada, 4 de Abril de 1994).

Las pruebas de las buenas relaciones que logró establecer con grandes políticos del PRI de acuerdo con algunos comerciantes, se encuentran en las paredes de las oficinas, ubicadas en Plaza Roldan, que actualmente no funcionan. Según información, no falta nadie, desde la época de José López Portillo, hasta llegar con Colosio, Salinas y Zedillo.

Su diplomacia, el reconocimiento y las negociaciones que realizó con autoridades del Distrito Federal (DF), en especial con *"los Regentes, Ramón Aguirre Velásquez (1982-1988), Manuel Aguilera Gómez (1993-1994), Dávila y Enrique Jackson, Jefes de la Delegación Cuauhtémoc"* (La Jornada, 4 de Abril de 1994), la llevaron a ser considerada como la *"intocable"*, calificativo que le fue asignado por la tolerancia que tenían las autoridades para con ella, y más que tolerancia, era el compromiso que existía entre ambas partes, mismo que la llevaban a hacer declaraciones con un gran peso político:

"Las calles de Pensador Mexicano y Eje Central, me las regaló Enrique Jackson"

(La Jornada, 4 de Abril de 1994).

Pero el esquema bajo el cual se desarrollaba la organización Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced, liderada por Guillermina Rico, no siempre fue el mismo. Tres figuras políticas que reivindicaron a Guillermina Rico, fueron: Ernesto P. Uruchúrtu, Manuel Camacho Solís y Oscar Espinoza Villareal. Con Uruchúrtu constantemente se vio presionada para desalojar las calles del CHCM y respetar los perímetros convenidos para el CVP.

La reubicación en Plazas Comerciales propuesta por Camacho Solís afectó en un principio los intereses de Guillermina Rico, temía que se le fuera de las manos el liderazgo que había mantenido por más de treinta y cinco años. Sin embargo, las negociaciones previas a la instrumentación del Programa de Reubicación en Plazas Comerciales y el poder que había logrado instaurar frente a las autoridades, la llevó a adquirir la administración de cinco Plazas Comerciales (PC):

"PC. Roldan, PC. Soledad, PC. Circunvalación, PC. Pensador Mexicano y Conjunto Merced" (La Jornada, 4 de Abril de 1999).

Este hecho daba muestra del reconocimiento y aprobación que tenía Guillermina Rico frente a las autoridades. Sin embargo, con Espinoza Villarreal fue constantemente reprimida y presionada para que abandonara las calles y se limitara sólo a las Plazas Comerciales.

El intento de Espinoza Villarreal y el constante hostigamiento por parte de las autoridades llevó a que Guillermina Rico se manifestara por primera vez contra el gobierno del Distrito Federal, sin dejar de reivindicarse priísta:

"Nunca pensé que me trataran como me trataron" (La Jornada, 4 de Abril de 1999).

La historia del liderazgo que por muchos años se dio entre la corrupción, los donativos al gobierno de la Ciudad de México y a la iglesia (hay que mencionar que las relaciones entre Guillermina Rico y la iglesia se daban en las mejores condiciones), el fuerte control de sus agremiados y la fidelidad priísta, caracterizada por los acarreamientos, llegaba a su fin el 5 de septiembre de 1996.

con la muerte de Guillermina Rico. Y se daba paso a un nuevo liderazgo que ya se venía forjando desde años atrás, mismo que aparentemente nadie objetaría.

CAPITULO II

LA ORGANIZACIÓN DE COMERCIANTES EN LA VIA PÚBLICA. UN ESPACIO DE PODER

Todo miembro de una organización es un proyecto, una oportunidad de desarrollo, por lo general los beneficios giran en función de la organización... porque de esta manera las organizaciones adquieren un poder fundamentado en la legitimidad.
Isaac Jauh

Con la muerte de Guillermina Rico, la historia cambio. La heredera del poder y sucesora, sería su hija Silvia Sánchez Rico, quien asumiría la responsabilidad de comandar la organización de comerciantes en la vía publica (cvp) más numerosa que existía en el CHCM. Al igual heredaría los problemas que significaban enfrentarse a las autoridades, y a los lideres que surgieron con la muerte de Guillermina Rico. La organización empezó a tener un desmembramiento, surgieron nuevas organizaciones autodenominándose independientes, ello a pesar de que en declaraciones, afirmaban que no se permitiría la aparición de nuevos lideres, ni la disputa por las calles y espacios entre los dirigentes del Centro Histórico (La Jornada, 4 de abril de 1999).

Sin embargo era de esperarse que con la muerte de la lideresa aparecieran nuevas organizaciones, la mayoría de los lideres procedían de la Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced (UCCAM), que teniendo conocimiento de la forma en cómo se administraban las calles, lo que significaba y lo que representaba, el dirigir una organización de cvp, optaron por conformar su propia organización y denegar el liderazgo que Silvia Sánchez Rico había heredado.

Se puede decir que este hecho junto con la aprehensión de Silvia Sánchez Rico el 25 de marzo de 1999, fueron los dos factores que produjeron el desmembramiento de la UCCAM.

La detención de Silvia Sánchez, *"por presunta responsable de los delitos de lesiones y tentativa de extorsión"* (La Jornada, 4 de abril de 1999), se acuñe a la Secretaria de Gobierno, Rosario Robles, y a un grupo de dirigentes, disidentes de su organización, quienes denunciaron que desde tiempo atrás habían sufrido agresiones por parte de "golpeadores" de la lideresa:

"Desde que dijimos que no seguiríamos en su organización nos amedrenta con prácticas mafiosas...argumentando que es dueña del Centro, de sus calles y que la policía judicial y autoridades los tiene de su lado" (La Jornada, 4 de abril de 1999).

El enfrentamiento que se protagonizó en el mes de marzo de 1999 con la organización de Jovita (actualmente, líder de Corregidora), por los espacios en las calles aledañas a Palacio Nacional, originó lesionados del grupo opositor. Los comerciantes afirman que Silvia quería arreglar todo "a puros trancazos". De ahí que cinco dirigentes de cvp enviaran una carta a *René Bejarano, Director General del Gobierno Capitalino e hicieran de su conocimiento una relación de ocho averiguaciones previas iniciadas en contra de Sánchez Rico* (La Jornada, 4 de abril de 1999). La respuesta que se obtendría ante este hecho, sería: un auto de formal prisión para ella, su hijo Julio Cesar y su sobrino Andrés.

Este acontecimiento, y la debilidad de la organización de Silvia Sánchez, fue aprovechada por los nuevos dirigentes, quienes valiéndose de su debilidad ampliaron su territorio y aumentaron su poderío, tal es el caso de la Asociación, Legítima, Cívica y Comercial que lidera Alejandra Barrios.

En el 2000 se hablaba de más de 50 organizaciones de cvp, aquí se presentan diez organizaciones con el mayor número de afiliados (ver cuadro 4).

Todavía por ese año, la organización de Silvia Sánchez Rico agrupaba 1,558 comerciantes, el 39.50%, pero con su detención, el desmembramiento de la organización no tardó.

Hay que mencionar, que la mayoría de los que actualmente lideran o dirigen el CVP formaron parte de la organización de Guillermina Rico, algunos de ellos cumplían con determinadas funciones dentro de la organización, como Alejandra Barrios y Jovita, quienes formaban parte del "grupo de comadres" encargadas de la seguridad de Guillermina Rico.

El independizarse, trajo consigo consecuencias, por una parte discrepancias con Silvia Sánchez y por otra, el enfrentamiento directo con las autoridades por obtener un reconocimiento y aceptación de la nueva organización.

El riesgo se aceptó, y la respuesta fue un sin número de organizaciones independientes. Hay que aclarar que el término "organización independiente" está relacionado con la autonomía que lograron obtener los comerciantes al separarse de la organización UCCAM y conformar su propia asociación, con o sin el reconocimiento de las autoridades.

Cuadro 4

**PRINCIPALES ORGANIZACIONES CON EL MAYOR NÚMERO DE AFILIADOS
(AÑO 2000)**

ORGANIZACIONES	AFILIADOS	UBICACIÓN
UNIÓN CÍVICA Y COMERCIAL DE LA ANTIGUA MERCED, A.C.	1,558	Eje 1 oriente Anillo de Circunvalación, Corregidora, San Pablo, Correo Mayor, Regina, Mesones, Plaza Alonso, García Bravo, V. Carranza, Roldan.
INDEPENDIENTES	883	Corregidora, Cjon. De manzanares, Soledad, Emiliano Zapata, Eje 1 Oriente, Rep el Salvador y Lazaro Cárdenas.
VENEDORES UNIDOS DEL CARMEN Y COLOMBIA, A.C.	337	República de Colombia entre República de Argentina y Rodríguez Puebla.
ASOCIACIÓN COMERCIAL, DEPORTIVA Y CULTURAL PARA INVIDENTES Y DÉBILES VISUALES	309	Ubicada en Soledad, Alhóndiga / santísima, Emiliano Zapata, Eje 1 Oriente, Jesús María / Loreto, Del Carmen/Giron, Rep. de Venezuela, Rep. de Colombia
ASOCIACIÓN LEGÍTIMA, CÍVICA Y COMERCIAL	216	Motolina, Palma Norte, Monte de Piedad, Rep. de Argentina, Apartado, Del Carmen, Giron.
ASOCIACIÓN EN PEQUEÑO NO ASALARIADOS BENITO JUÁREZ	200	José Ma. Izazaga, Mesones, Rep el Salvador, 5 de febrero, Rep. de Uruguay
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES INDEPENDIENTES NUEVO MILENIO, A.C.	117	Correo Mayor / Del Carmen, Rep. de Guatemala.
COMERCIANTES INDEPENDIENTES DE CORREGIDORA ERASMO CASTELLANOS, A.C.	120	Erasmus Castellanos, Corregidora y Correo Mayor
ARTESANOS Y VENEDORES DEL CENTRO, A.C.	105	No existe dato de su ubicación
UNIÓN LIBRE DE COMERCIANTES MEAVE Y ALDACO, A.C.	99	Meave, Aldaco y Mesones.
TOTAL	3944	

Fuente: Datos de la Gaceta Oficial del Distrito Federal, 7 de Septiembre del 2000.

Las organizaciones de cvp se han visto como un mecanismo por el cual se pueden obtener beneficios políticos, sociales y económicos, principalmente. Ha sido un espacio que ha dado lugar al monopolio, dando como resultado la generación de

grandes ganancias para quedar en manos de unos cuantos. Se habla de cuantiosas fortunas en manos de las familias Rico, Huerta Sánchez, Barrios, entre otras. El poder que han logrado adjudicar las organizaciones de cvp ha representado un gran papel para la política mexicana, pues ha sido un mecanismo por el cual se puede obtener ascenso político.

2.1 Estructura Interna

La estructura organizativa se caracteriza particularmente por la interacción que se da entre sus integrantes, quienes basándose en relaciones familiares, de compadrazgo y de amistad coordinan las actividades que se desarrollan dentro de la organización, a partir de una serie de normas establecidas y fundadas para la consecución de los objetivos planteados por la organización, como por ejemplo el central: continuar desarrollando su actividad en las calles del CHCM.

Esquemáticamente las organizaciones además de estar conformadas por una estructura bien definida, operan como grupos de presión con funciones perfectamente determinadas, y con cuadros administrativos con una estructura idéntica a la de las delegaciones políticas, es decir reproducen la jerarquía de las delegaciones.

"Hay lugares, primero está el jefe, y luego va bajando en más lugares, yo estoy como en el cuarto lugar, arriba de mí hay más gente" (Martínez, 2004).

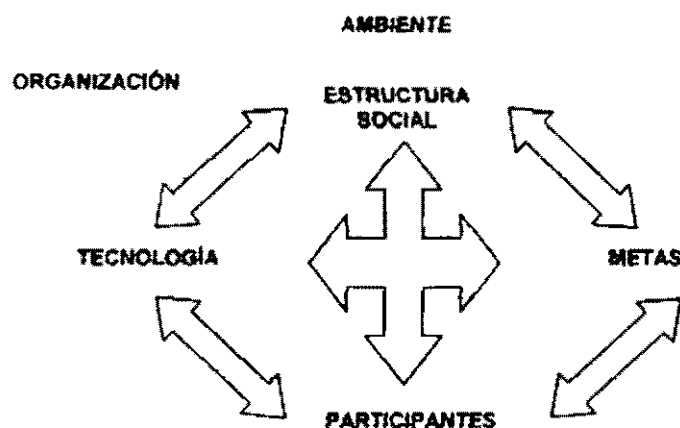
Dicho de esta forma, afirmamos que dentro de la organización de cvp se establece un ordenamiento de roles y estatus, aceptados y apropiados por integrantes de la misma, para coordinar las actividades que se realizan dentro de la organización. La organización cuenta con delegados, subdelegados, encargados de cobrar,

vender y los encargados de operar determinadas zonas, sin dejar a un lado la capacidad que tiene para delimitar su territorio y abalizar perfectamente sus calles.

La función que cumplen las organizaciones es determinante y tiene ciertos elementos en común y los cuales son: "La estructura social, los participantes (individuos), las metas y la tecnología, todo dentro de una estructura ambiental" (Scott citado por Jeffrey, 1982:62) (Ver esquema 1).

Esquema 1

Los elementos de las organizaciones, cualesquiera que sean los propósitos de una organización¹⁰.



Tomando como base el esquema que presenta Scott, podemos decir que la estructura social son las relaciones sociales que se dan entre los miembros de la organización, siguiendo patrones regulares. Hay una serie de normas que regulan los medios por los cuales deben ser perseguidas las metas y las expectativas que

¹⁰ Fuente: Adaptado de Harold J. Leavitt, Applied Organizational Change in Industry: Structural, Technological, and humanistic Approaches, en J.G. March (Ed.) Handbook of organizations. Chicago: Rand McNally, 1965; apareció en W.R. Scott, Organizations: Rational, Natural, and Open Systems, 2a ed. Englewood Cliffs, Nj: Prentice-Hall, 1987. Reimpreso con permiso de James G. March.

conciernen a la forma en que deben actuar los individuos, quienes no interactúan al azar, sino que establecen una jerarquía¹¹ para coordinar las actividades y cargos que ocupan dentro de la organización. La organización debe de contar con el apoyo y compromiso de los participantes (tanto agremiados como líderes) quienes persiguen fines específicos que giran en función de una serie de metas y objetivos que deben llevar al cabo.

La definición de metas es parte importante para el surgimiento de las organizaciones, pues, todos los recursos que se utilizan para su logro se denominan tecnología y los efectos que producen las acciones tomadas por la organización repercuten de alguna forma en el ambiente del cual forma parte.

El esquema de la estructura organizacional de la UCCAM, en un momento, fue el mejor ejemplo de un poder fundamentado en la conciliación de un conjunto de intereses compartidos. Los resultados se hacían notar en la solidez de la organización, en el número de integrantes, en el desarrollo de la actividad aún en contra de las disposiciones emitidas por el gobierno del Distrito Federal y en los ingresos económicos que obtenía.

Hoy las distintas organizaciones de cvp que existen en el Centro Histórico han imitado la estructura que alguna vez comandó Guillermina Rico y Silvia Sánchez Rico. La estructura que se logró identificar y bajo la cual se rigen las nuevas organizaciones es la siguiente (ver esquema 2):

¹¹ Jerarquía: entendida como ordenamiento o estatus dentro de una organización de acuerdo con un determinado criterio de evaluación aceptado como apropiado dentro de cualquier sistema u organización.

Esquema 2

ESTRUCTURA DE LAS ORGANIZACIONES DE COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA, AÑO 2004.



Fuente: Alcalá y Montes, 2004

Como se puede observar, dentro de la estructura existen siete lugares posicionados de manera jerárquica. El lugar que ocupa cada uno de ellos, indica la importancia del papel que desempeña dentro de la organización. El *líder* o *dirigente*, a la cabeza de la organización, es quien confiere los cargos, las funciones de *Delegados* y *Subdelegados* están distribuidas básicamente, en familiares, amigos y compadres. El fin es que la organización esté coordinada y controlada sólo por gente de confianza, que al igual que el líder, compartan sus mismos intereses. Los *Cobradores* así como los *Representantes* de calle, juegan un papel importante, los primeros, porque son ellos los encargados de recolectar el pago por derecho de piso (su función se da todos los días, normalmente de 3 a 5 de la tarde), los *Representantes* de calle (personal de seguridad), son quienes vigilan el desarrollo de la actividad, así como la instalación de los comerciantes, su trabajo consiste en un ir y venir en la calle que le corresponde vigilar. Los

Aguadores, calificativo asignado por el hecho de echar "AGUAS", avisan el momento en que llegan los operativos por parte de la delegación. Los instrumentos por los que se hacen valer, son radios de comunicación, de un mismo estilo y un mismo color, dependiendo la organización a la que pertenecen (azules, rojos, anaranjados).

De esta manera, se da cuenta de la perfecta distribución de las actividades al interior de la organización y el por qué copian la estructura de las Delegaciones Políticas, puesto que copiando, crean confusión entre los vendedores, sobre quién es el que cobra las cuotas, quién otorga los permisos para instalarse, etcétera.

2.2 Liderazgo

La organización social ha sido un componente fundamental en la producción de nuestras ciudades y en gran medida han sido productoras de los espacios urbanos, a través de: 1) organizar el trabajo colectivo y la introducción de servicios básicos, 2) actuar como intermediarios y gestores ante las autoridades y 3) ser un espacio para la formación y desarrollo de líderes populares (Ziccardi, 1998:76).

Bajo esta línea, el CHCM ha sido un espacio para el surgimiento de las organizaciones de cvp y sus líderes, la función que cumplen éstos últimos como representantes de una determinada organización es controlar las calles, regular el Comercio en la Vía Pública y mediar las relaciones con las autoridades. El poder¹² que tiene el líder se fundamenta en la legitimidad, en el reconocimiento que recibe por parte de sus agremiados. Weber se ocupa con gran interés en los fenómenos

¹² "La probabilidad de imponer la propia voluntad, dentro de una relación social, aun contra toda resistencia y cualquiera que sea el fundamento de esa probabilidad" (Weber, 1993:43)

de poder que se fundan con el consentimiento de los dominados¹³, es decir en la aceptación y de la representatividad del liderazgo. Weber conceptualiza como autoridad el ejercicio legítimo del poder. Los motivos para fundar esa obediencia de los dominados, en este caso aprobación del liderazgo por parte de los agremiados puede ser de diversa índole y distingue tres tipos básicos de dominación legítima: carismática, tradicional y legal (Cf, Weber, 1997: 235)

El liderazgo que se ha dado en las organizaciones de cvp ha sido carismático, por las cualidades, atributos y reconocimiento del líder. Este fue el liderazgo que caracterizó a Guillermina Rico, y el cual le dio reconocimiento por parte de autoridades y agremiados. Por el contrario el liderazgo que Silvia Sánchez Rico adoptó fue *heredado-tradicional*, es decir, a la muerte de su mamá, fue quien hereda el poder. Los comerciantes comentan, que la hermana mayor de Silvia Sánchez Rico era quien tenía que haber continuado al frente de la organización, que a ésta no le correspondía ya que por una cuestión tradicional, este había pasado por dos generaciones, con la hermana mayor sería la tercera y última generación.

Antes de tomar el liderazgo, todo estaba a la expectativa, hasta que Silvia Sánchez Rico toma el frente y decide continuar con la organización, manejando la misma ideología que prevaleció durante años dentro de la organización.

"Ayudar a los comerciantes y buscar el beneficio de todos" (Rico, 2004)

Sin embargo su liderazgo cambió rotundamente, debido a la actitud "prepotente" que mostró frente a sus agremiados, la cual conllevó a que la organización sufriera

¹³ La probabilidad de encontrar obediencia a un mandato de determinado contenido entre personas dadas. (Ibidem)

una fractura, dando como resultado el surgimiento de nuevas organizaciones que a partir de la agrupación de un número reducido de comerciantes lograron tomar el control de las calles.

A continuación se presentan los líderes, que actualmente controlan la calles de Corregidora, Correo Mayor, Pino Suárez y Av. Anillo de Circunvalación (ver cuadro 5), como se puede observar, los líderes que controlan las 4 calles antes mencionadas son 9 y si comparamos el número de calles controladas, la familia Sánchez Rico controla una área amplia.

Toreros afuera del metro Zócalo



Un día normal en Avenida Pino Suárez



Fuente: Alcalá y Montes, Corregidora, 24 de Febrero del 2004.

Cuadro 5

LÍDERES Y ASOCIACIONES EN LA ZONA DE ESTUDIO (2004)

LÍDER / DIRIGENTE	ASOCIACIONES	MODALIDAD DEL COMERCIO EN LA VÍA PÚBLICA QUE DIRIGEN	UBICACIÓN
SILVIA RICO	UNIÓN CÍVICA Y COMERCIAL DE LA ANTIGUA MERCED	Semifijo y vehículos rodantes	Corregidora de Jesús María a Anillo de Circunvalación pasando por Callejones de Manzanares y Roldan
MIGUEL ANGEL HUERTA	FRENTE UNIDO DE INVIDENTES Y COMERCIANTES	Semifijo y vehículos rodantes	Correo Mayor de Venustiano Carranza hasta San Pablo
FROYLAN LIMÓN	SE DESCONOCE	Semifijo	Anillo de Circunvalación, de Corregidora a San Pablo (acera derecha de este a oeste)
SRA. CONCHA	ORGANIZACIÓN INDEPENDIENTE	Semifijo	Corregidora de Correo Mayor hasta Jesús María (acera izquierda de norte a sur)
SRA. LALA	ORGANIZACIÓN INDEPENDIENTE	Semifijo	Corregidora de Correo Mayor hasta Jesús María (acera derecha de norte a sur)
JOVITA	ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES INDEPENDIENTES DE CORREGIDORA Y ERASMO CASTELLANOS	Toreros y comerciantes sin puesto	Corregidora de las últimas 7 ventanas hasta Correo Mayor (acera derecha de norte a sur)
LOS GUTIÉRREZ	ASOCIACIÓN LOS GUTIÉRREZ	Toreros y Semifijo	Corregidora de Pino Suárez hasta contar 7 ventanas del edificio de la Suprema Corte de Justicia (acera derecha de norte a sur)
ISRAEL	SE DESCONOCE	Semifijo	Av. Pino Suárez de Venustiano Carranza a San Pablo
JULIO CESAR (Hijo de Silvia S.R.)	UNIÓN CÍVICA Y COMERCIAL DE LA ANTIGUA MERCED	Semifijo	2 calles laterales pasando por Correo Mayor (Rep. de Uruguay)

Fuente: Información obtenida por medio del método de la entrevista realizada en la zona de estudio (2004).

Hoy la "Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced", bajo el mando de Silvia Sánchez Rico ya no es reconocida como tal por parte de las autoridades, afirman

que ésta ya no funciona, que la organización que actualmente cuenta con el mayor número de calles y comerciantes es la "Asociación Legítima, Cívica y Comercial A.C." que dirige Alejandra Barrios¹⁴, quien aprovecho la debilidad de Silvia Sánchez Rico para fortalecer su organización.

Ahora bien, las autoridades y Silvia Sánchez Rico coinciden en que la organización UCCAM ya no funciona, las oficinas cerradas es el mejor indicador de ello.

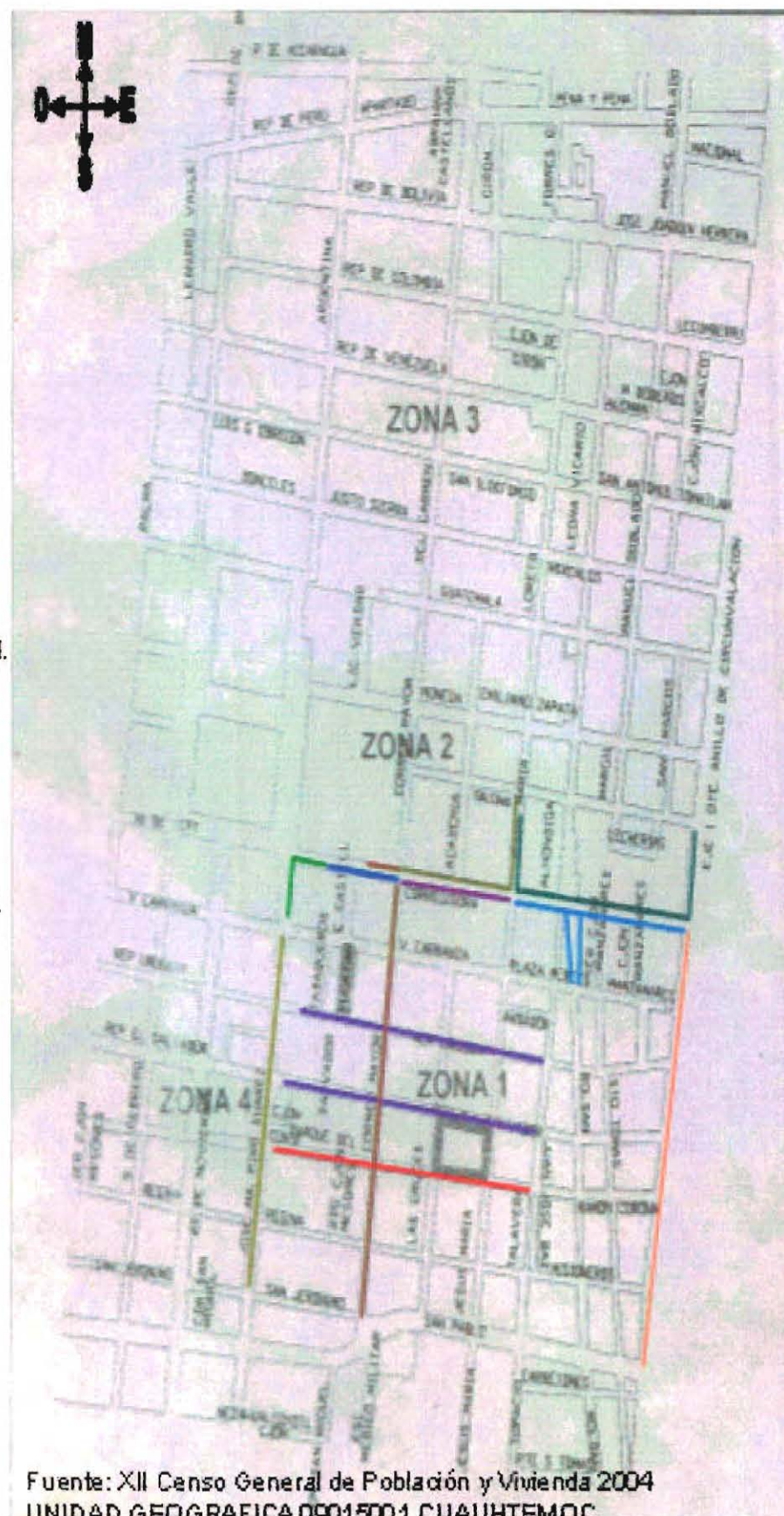
"La organización ya no existe, yo, ya no tengo nada que ver, ya no funciona" (Rico, 2004).

Pero la realidad que muestran las calles estudiadas es otra, la organización de Silvia Sánchez Rico sigue funcionando no con el mismo esquema que tenía la organización de Guillermina Rico, la cual estaba conformada por más de "1,500 comerciantes" (GODF, 2003), controlaba las calles más importantes del primer cuadro del Centro Histórico. Hoy el número de comerciantes que integran la organización es menor, se desconoce el número exacto, puesto que oficialmente la organización no funciona; de igual manera se redujo el número de calles controladas, dando por supuesto que sólo se pudo conservar el control de las calles aledañas al domicilio de Silvia ubicado en Roldan (ver plano 3).

¹⁴ Alejandra Barrios no controla ninguna calle de la zona de estudio.

PLANO 3: LIDERAZGO
ACTUAL

- SILVIA S. RICO.
- MIG. ÁNGEL H.
- FROYLAN LIMON.
- CONCHA.
- CLARA (LALA).
- JOVITA.
- LOS GUTIERREZ.
- ISRAEL.
- JULIO CESAR
(HIJO DE SILVIA
S. RICO).
- TOREROS.



En este sentido, Silvia afirma que la organización ya no funciona, entonces ¿por qué se dirigen a ella para pedirle permiso sobre la instalación de un puesto si la organización ya no existe y ella no tiene nada que ver? Actualmente los comerciantes reconocen a Silvia como una figura importante dentro de la organización de comerciantes:

"Aquí la mera, mera es Silvia Rico"¹⁵

Su liderazgo se fundamenta en el reconocimiento que le otorgan los comerciantes, y a partir de nuestra experiencia, en el carisma y sencillez que la caracterizan. Sin duda esto se refleja en la protección que le dan sus agremiados, quienes además de protegerla físicamente, protegen su identidad.

No es fácil abordar a un comerciante y preguntarle por su líder, porque la mayoría de las veces, niegan conocerlo y, otras tantas, responden con preguntas, ¿para qué?, ¿quién te dijo? En este sentido, con la encuesta se pudo constatar que los comerciantes niegan pertenecer a alguna organización, dado que al momento de hacerles la pregunta respectiva, 72 comerciantes se negaron a contestar. Esto nos da muestra del compromiso que tienen los comerciantes con el líder y la organización, y salta a la vista que dentro de la organización, hay normas, una de ellas: proteger a su líder y a la organización de procedencia (ver cuadro 6).

¹⁵ Comentario de un comerciante, a quien le preguntamos por la por la dirección de la oficinas de Miguel Ángel Huerta.

Cuadro 6

AFILIACIÓN A UNA ORGANIZACIÓN

¿PERTENE A UNA ORGANIZACIÓN?	SI	NO	NS/NC	TOTAL
NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN				
Independientes	6	2		8
U.C. Ambulantes	4			4
Miguel Angel Huerta	6			6
Emiliano Zapata	2			2
UCCAM	3	1		4
NS/NC			72	72
TOTAL	21	3	72	96

Fuente: Información recabada a través la encuesta, 12 de junio de 2004.

Silvia alude que el reconocimiento y respeto se lo ganó gracias a su trabajo. La prueba es más que evidente: los comerciantes siguen conservando su lugar de trabajo y continúan desarrollando su actividad gracias a su protección. Bajo este contexto, esta práctica explica cómo la organización, en su momento, contó con el apoyo y participación de todos sus integrantes:

"Se les pedía apoyo y todos ayudaban, éramos uno solo" (Rico, 2004)

Actualmente, la situación, ya no es la misma, la imagen de Centro Histórico cambio, las calles muestran la presencia de distintas organizaciones que, en nuestra opinión, surgieron a partir de intereses particulares que vieron a la organización como una oportunidad para obtener beneficios económicos y políticos principalmente.

2.3 Nosotros los comerciantes y ustedes los funcionarios (interacción entre la organización, la delegación Cuauhtémoc y la Jefatura de Gobierno)

La organización del cvp, se ha caracterizado por la disciplina interna, el liderazgo con que cuenta, los grupos de vigilancia que imperan dentro de la organización¹⁶ y la predisposición de sus líderes para ofrecer apoyos al político o funcionario que a cambio les garantice su espacio. Se sabe que los cvp están detrás de un Partido Político. De acuerdo a la información dada por Miguel Ángel Huerta (líder del Frente Unido de Invidentes y Comerciantes) en un primer momento el Partido Revolucionario Institucional (PRI) fue quien controló a los comerciantes y quien vendió las calles del Centro Histórico. Hoy el panorama es otro, a partir de la salida del PRI del Gobierno del Distrito Federal (GDF) en 1997, el Partido Revolucionario Democrático (PRD) se apoderó de las calles (ver cuadro 7):

"Corregidora y todas esas calles de allá, son del PRD, el PRI ya casi no tiene nada"
(Huerta, 2004)

Cuadro 7
AFILIACIÓN PARTIDISTA

PARTIDOS	AFILIACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	AFILIACIÓN PERSONAL	PARTIDO PREFERIDO
PRI	4.2%	8.3%	10.4%
PAN	1.0%	7.3%	6.3%
PRD	9.4 %	21.9%	37.5 %
OTRO	24.0 %	4.2 %	28.1 %
NINGUNO	0 %	53.1 %	5.2 %
NS / NC	76.0%	5.2 %	12.5 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004.

¹⁶ Se pudo observar y percibir en los integrantes de la organización de Alejandra Barrios. Es muy difícil establecer una conversación con los agremiados de Barrios, debido a la extrema vigilancia del "mufleco", "aguador" que vigila a todos los comerciantes "toreros", ubicados frente a la Catedral, avisándoles cuando viene "paquita la del barto" (camionetas de la Delegación) e indicándoles en que momento reinstalarse.

En nuestra opinión se trata de un sistema de intermediación e intercambio político y económico "favor con favor" (Huerta, 2004) donde los líderes junto con agremiados ganan protección y los funcionarios, apoyo político, difícil de conseguir hoy en día. Todos obtienen amplios beneficios que retroalimentan su poder y extienden sus redes de corrupción.

De ahí se afirma que el CVP como una de las expresiones de la economía informal, se produce a partir de las relaciones clientelares y corporativas que se han dado o establecido entre agremiados líderes y la administración pública.

Los líderes reconocen que las autoridades acuden a ellos, para pedir "apoyo" y en campañas electorales el "apoyo" se hace más visible.

"Basta, con ver los mítines que organizan los partidos políticos, la mayoría de la gente que acude a ellos es comerciante" (Huerta, 2004)

No hay duda de que se pone en juego "algo", pero lo que sí se puede afirmar es que, los líderes han utilizado la organización como un mecanismo para poder adquirir algún lugar dentro de la esfera política, ya sea como diputados o asambleístas, siempre bajo el amparo de un partido político.

Con Silvia Sánchez Rico, no sirvieron de nada los más de 40 años de porras, mítines, y votos a favor del PRI, ni las relaciones con ex presidentes, ex regentes, ex delegados y líderes políticos a los que Guillermina Rico ayudó a encumbrar y de quienes se apoyó para consolidar su liderazgo. El acercamiento de Silvia Sánchez con el Gobierno de Cuauhtémoc Cárdenas (Partido Revolucionario Democrático) propició desconfianzas entre dirigentes priístas e incluso se atribuyó

que su encarcelamiento había sido un “cuatro” planeado por el PRI en castigo al acercamiento de la lideresa con el Gobierno de Cárdenas, con el partido opositor.

Comerciantes, por el contrario, afirman que la caída fue planeada por Rosario Robles, que fue a partir de una “Mentada” de Silvia S. Rico a Robles.

¿Será?

Silvia S. Rico luego de ser acusada, declaró:

“Es un asunto político, he sido la más disciplinada, soy priista y jamás le hice problemas a este gobierno. Lo respeté y les dije que me respetaran como líder...Luego responsabilizó a la Secretaría de Gobernación y al Procurador de Justicia de haberte tendido una trampa”

(La Jornada, 4 de abril de 1999).

Las autoridades reconocen el papel que representan los líderes para la organización, como fue el caso de Guillermina Rico, y que para lograr sus objetivos hacen uso de su capacidad de negociación, amenazando con movilizaciones que desestabilizan la vida en la ciudad, valiéndose de una serie de mecanismos, los que incurren fuera y/o dentro de la norma:

“Lo comerciantes vienen y nos amenazan, bueno sus líderes, nos dicen: si no me das tal concesión, o no me dejas poner en la calle voy a cerrar tal avenida, les gusta cerrar avenidas grandes, un ejemplo: Eje Central, les decimos ciérrala, van la cierran como media hora, eso si llegan bien armados, con palos, tubos, nosotros llegamos con granaderos y PFP (Policía Federal Preventiva). No que no se quitaban” (Vega, 2004).

Hoy en día la relación entre comerciantes y autoridades es directa, se dice que las autoridades no tratan nada con líderes, pues son ellos quienes otorgan los permisos y dan las concesiones (ver cuadro 8) dado que el trato es “único, directo, personalizado e intransferible con los comerciantes” (Cisneros, 2004), hablar con los líderes ¿de qué? o ¿para qué?, si los que venden son los comerciantes. De

esta manera lo que se está pretendiendo es hacer a un lado la imagen del líder, restarle poder y por qué no, autoridad para con los comerciantes.

Las dos instancias que llevan lo referente al CVP son: Delegación Cuauhtémoc (Reordenamiento del CVP) y la Coordinación de Programas Delegacionales de Reordenamiento del CVP. Ambas trabajan en conjunto, sólo cuando se requiere realizar un operativo, denominado "convoy", con apoyo de Seguridad Pública. La primera maneja todo el perímetro que se encuentra fuera del Bando, con apoyo de treinta inspectores de la vía pública. La segunda trabaja las calles, que señala el Bando como prohibidas para ejercer el CVP, las cuales se encuentran dentro del perímetro "A" del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Actualmente al preguntar a los comerciantes ¿cómo cree usted que son las relaciones entre los líderes y las autoridades? La mayoría responde "buenas, si no, no, estuviéramos trabajando" (ver cuadro 8). Y tienen razón, por parte de las autoridades hay tolerancia para que continúe desarrollándose el CVP, a pesar de lo emitido en el Bando y los Programas de Reordenamiento.

Cuadro 8
RELACION CON AUTORIDADES

CALIFICACIÓN	PERMISOS DE FIN DE AÑO	NEGOCIACIÓN CON LAS AUTORIDADES
MUY BIEN	9.4 %	10.4%
BIEN	63.5%	51.0 %
REGULAR	17.7 %	20.8%
MAL	3.1 %	10.4%
MUY MAL	1.0 %	1.0 %
NS / NC	5.2%	6.3 %
TOTAL	100 %	100 %

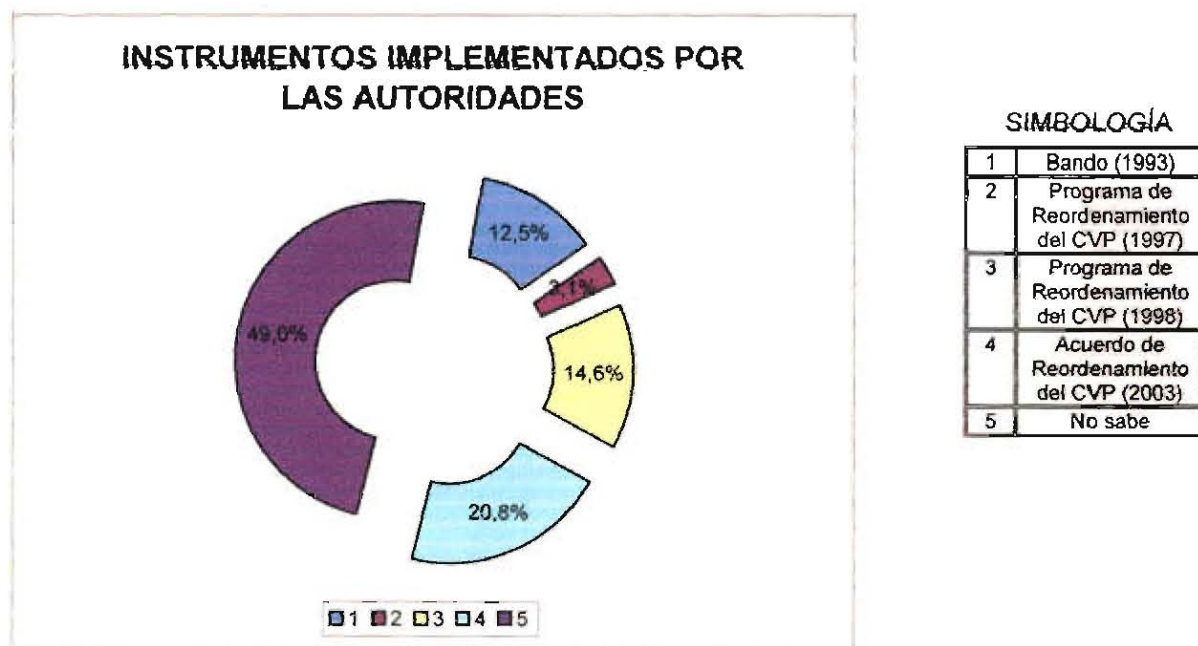
Fuente: Información a través de la encuesta, 12 de junio de 2004.

2.3.1 Programas de Reordenamiento ¿Qué es esto?

Generalmente cuando se pregunta a los comerciantes, si conocen los Programas de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública (PRCVP), su respuesta es negativa (ver gráfica 4), desconocen lo que es un Programa de Reordenamiento y la función que tiene. Cuando el tema pasó a formar parte de la problemática que concierne a la Ciudad de México y en especial a las autoridades, se implementaron los siguientes programas:

1. Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (1993) (Bando)
2. Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública (1997)
3. Programa de Reordenación del Comercio en la Vía Pública (1998)
4. Acuerdo de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública (2003)

Gráfica 4



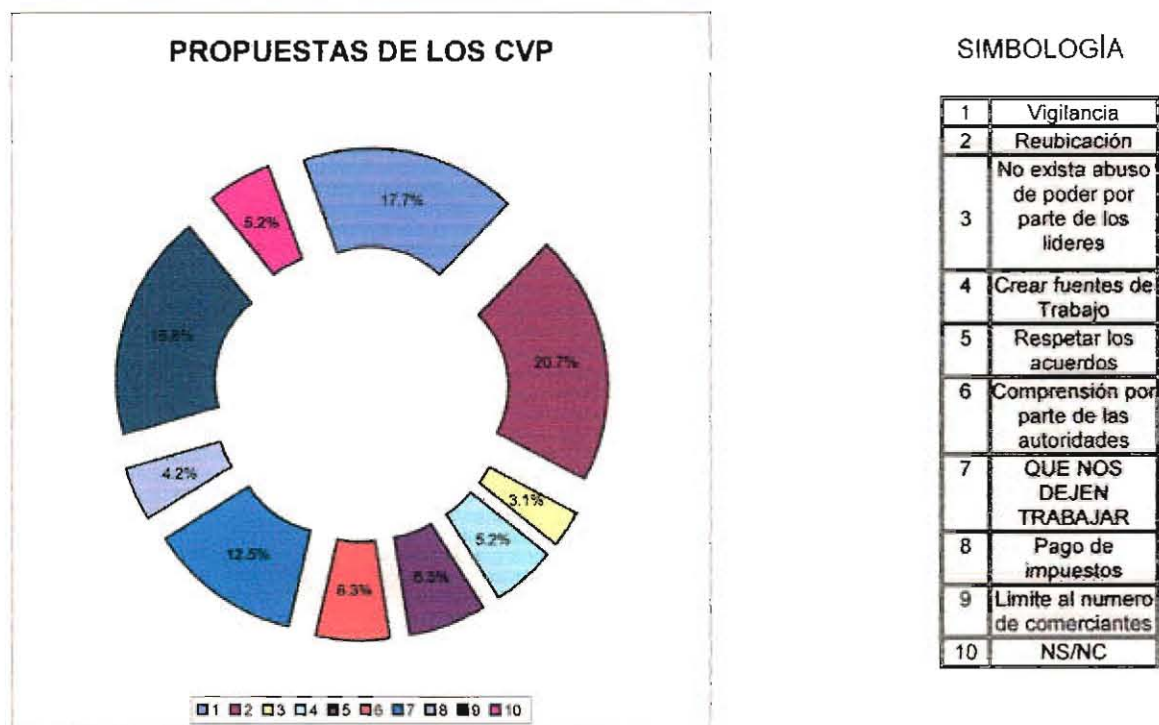
Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004.

Lo que se pretendió fue, la regulación del CVP y su reordenación en plazas comerciales e inclusive su desaparición, pero estos procesos de ordenamiento no han logrado cubrir las expectativas de los comerciantes y se han opuesto a pagar las cuotas propuestas y los montos por el alquiler de algún local. En ese sentido el Comercio en la Vía Pública como una actividad económica sigue desarrollándose en las calles del perímetro "A" del Centro Histórico, a pesar de la prohibición emitida por primera vez en el Bando (1993). Lo que se pretendía era regular el comercio informal a través de programas y políticas de reordenación, mismas que han resultado ineficientes y para prueba basta con observar las calles del Centro Histórico.

El Bando tenía como objetivo aplicar soluciones de fondo a la problemática del CVP y se sustentaba en la conciliación de los intereses de la colectividad con los grupos que practican dicha actividad comercial, a quienes se ofrecen alternativas para ejercer sus actividades, incorporarlos a un régimen formal y con las mejores condiciones de operación, esperando con esto la recuperación del uso original de la vía pública. Dentro del Bando se marca la prohibición del CVP en puestos fijos, semifijos y de cualquier otro tipo, en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el Departamento del Distrito Federal en su momento.

Los PRCVP han sido objeto de desacuerdos y conflictos entre la ciudadanía, los cvp, las organizaciones y las autoridades. Los PRCVP parten de los principios de una aplicación eficiente, austera y transparente, tanto en el ejercicio del gasto público y de la convicción de que las políticas sociales de gobierno sólo pueden ser planeadas, ejecutadas y evaluadas con la más amplia participación social" (PRCVP, 1998) (ver gráfica 5).

Gráfica 5



En este sentido la reordenación de cvp sería el producto de conciliar intereses de grupos organizados, de promover una corresponsabilidad social y de producir en los comerciantes la reflexión y el convencimiento de que debe existir una separación entre los que necesitan la vía pública para obtener recursos y los que aprovechan la situación para realizar o encubrir actividades ilícitas.

Los PRCVP llaman a un diálogo entre los actores involucrados, para establecer los acuerdos necesarios y llevar a cabo sus objetivos:

- 1) "Mejorar el entorno urbano, la convivencia social en la ciudad de México.
- 2) Ofrecer alternativas a la economía informal para su tránsito gradual a la economía formal.
- 3) Democratizar y transparentar las políticas y acciones de gobierno" (PRCVP, 1998).

Para contribuir a alcanzar estos objetivos, el gobierno del DF hace uso de un marco jurídico que resuelve todas las formas de CVP como: el Bando, Reglamento de Mercados Públicos, Reglamento de Trabajadores no Asalariados y El Código Financiero. Así como la implementación de mesas de diálogo entre autoridades y comerciantes. Las acciones inmediatas del PRCVP emitido en 1998 a corto plazo son:

- 1) El rescate del Centro Histórico de la ciudad de México
- 2) La elaboración de Diagnósticos Delegacionales (la identificación, cuantificación y ubicación de las organizaciones y de los comerciantes).
- 3) Elaboración de un padrón único de organizaciones y comerciantes en la vía pública.
- 4) La depuración de los inspectores de la vía pública(para evitar extorsiones)
- 5) Mesas de diálogo de carácter permanente (donde se pretende dar a conocer los PRCVP, las opiniones que genera y las relacionadas con su ejecución.

Actualmente las autoridades están trabajando con instrumentos obsoletos: Ley de Mercados (1951) y programas que no han sido eficaces (Acuerdo de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública 2003, el cual replantea lo estipulado en el PRCVP de 1998), comprobando así que el fenómeno del CVP no se ha podido controlar, puesto que se están aplicando medidas que fueron elaboradas en otro contexto histórico y que han probado ser inadecuadas.

Sin embargo autoridades de la delegación Cuauhtémoc afirman que el CVP de las calles del Centro Histórico se va a terminar:

"Se van a quitar, ahí está el ejemplo, ya se quitaron de Corregidora, y si ponemos banquetas de un metro ¿dónde se van a poner" (Cisneros, 2004).

En este sentido, observamos que un objetivo del Programa de Remodelación del Centro Histórico es retirar a los cvp (ver cuadro 9). Sin embargo, las autoridades encargadas de los Programas Delegacionales de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública, señalan que es imposible reubicar a los cvp, pues implicaría un costo social muy alto que el gobierno del DF no podría solventar y además ¿dónde se reubicarían? Si ya no hay lugar.

Cuadro 9

INSTRUMENTOS DE REUBICACIÓN

CALIFICACIÓN	PROGRAMAS DE REORDENAMIENTO DEL CVP	REUBICACIÓN EN PLAZAS COMERCIALES	REHABILITACIÓN DEL CENTRO HISTORICO
MUY BIEN	1.0 %	0 %	9.4 %
BIEN	28.1 %	18.8 %	63.5 %
REGULAR	40.6 %	10.4 %	14.6 %
MAL	24.0 %	60.4 %	9.4 %
MUY MAL	2.1 %	7.3 %	2.1 %
NS / NC	4.2 %	3.1 %	1.0 %
TOTAL	100 %	100%	100 %

Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004

Algunos cvp han sido reubicados en plazas y corredores comerciales que se construyeron especialmente como una alternativa que daría "solución" a la problemática que genera el fenómeno. Entre 1992 y 1993 el Departamento del Distrito Federal construyó 28 plazas comerciales para la reubicación de comerciantes, algunas han funcionado otras no tanto por problemas relacionados con la ocupación de locales. Sabemos que los costos de comercialización en la

vía pública son más bajos que en el comercio establecido, y por ende no pueden adaptarse fácilmente en plazas comerciales, pues implicaría un incremento en los costos y una disminución en las ventas. Los resultados hasta el momento han demostrado, que las plazas comerciales no son una alternativa para controlar el cvp (ver cuadro 10 y plano 4):

"No están bien planeadas, las autoridades deben realizar estudios con mayor detenimiento, realizar planos, estudiar la ubicación de ellas, el tipo de mercancía que se venderá, el precio de los locales, las condiciones de pago" (Huerta, 2004)

Cuadro 10

UBICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PLAZAS COMERCIALES, EN LA ZONA DE ESTUDIO (2004)

PLAZA	UBICACIÓN	FUNCIONAMIENTO %*	ADMINISTRADOR
PLAZA SOLEDAD	Entre Corregidora y Anillo de Circunvalación	95%	Antes Silvia Sánchez Rico Hoy Rodolfo Zepeda
PLAZA ROLDAN	Entre Corregidora y Roldan	70%	Silvia Sánchez Rico
PLAZA OAXACA	Av. Pino Suárez	80%	Se desconoce el Administrador
PLAZA MESONES	Entre Correo Mayor y Mesones	100%	Miguel Ángel Huerta
PLAZA DEL ESTUDIANTE	Entre Correo Mayor y Venustiano Carranza	50%	Se desconoce el Administrador

(*) Porcentaje obtenido con base a la observación y a la información dada por los administradores

Los factores determinantes que propician la salida de los comerciantes a la calle, una vez ya reubicados, son varios, los comerciantes se justifican por dos razones.

"Los toreros nos ganan y tenemos que salir" (Rico, 2004).

"Porque tenemos que pelear nuestro espacio" (Huerta, 2004).

De ahí afirmamos que su salida de las plazas comerciales no se atribuye especialmente a la disminución de venta, es más que eso, es su sentido de arraigo a la calle, lo que imposibilita modificar su lugar de trabajo e integrarse dentro de un programa de reordenamiento.

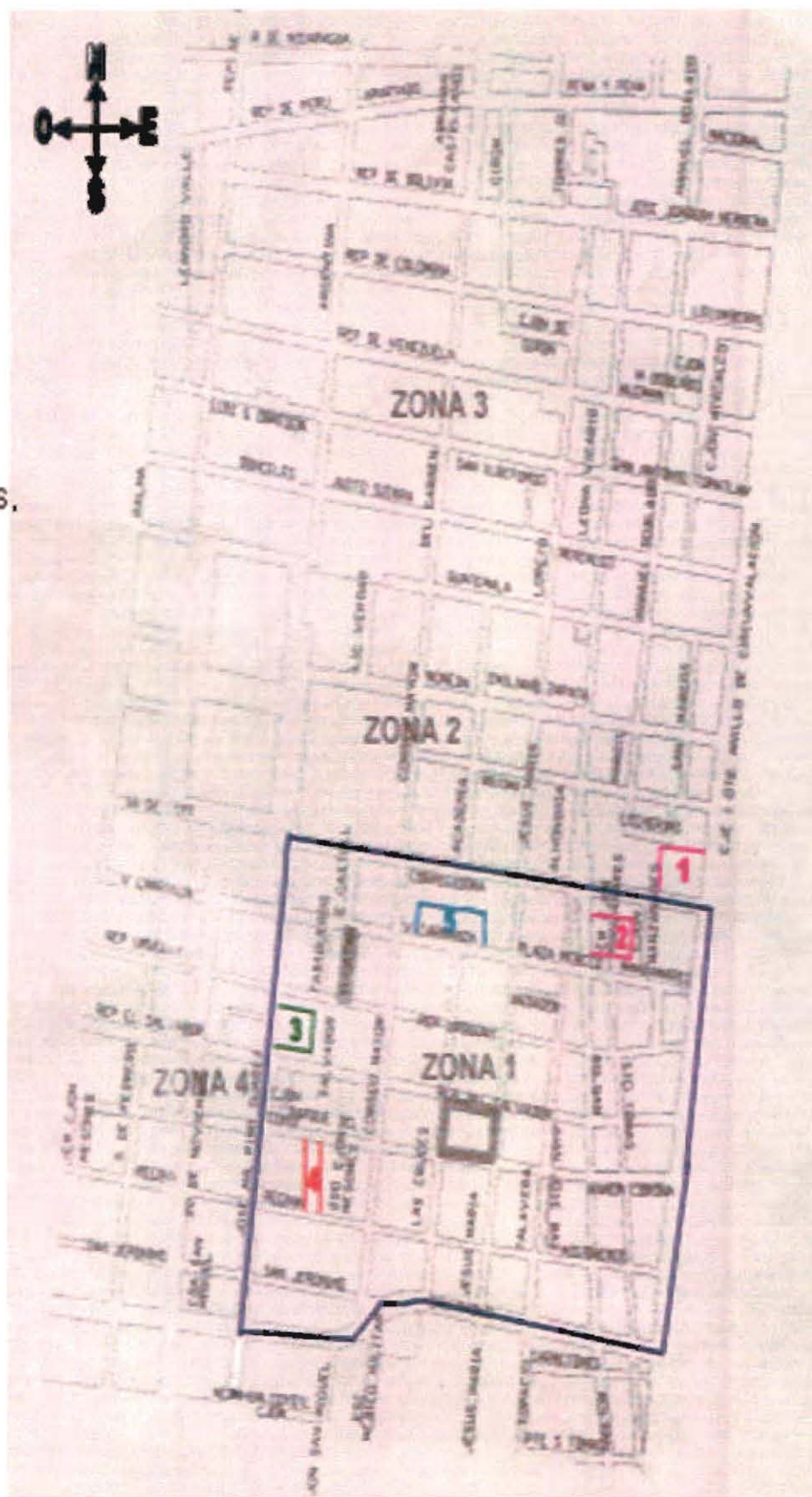
Plaza La Soledad, en Corregidora, Esquina Anillo de Circunvalación



Fuente: Alcalá y Montes, Corregidora, 24 de Febrero del 2004

**PLANO 4:
UBICACIÓN DE LAS
PLAZAS COMERCIALES,
DENTRO DE LA ZONA
DE ESTUDIO**

-  ZONA DE ESTUDIO
-  1. PLAZA SOLEDAD.
-  2. PLAZA ROLDAN.
-  3. PLAZA OAXACA.
-  4. PLAZA MESONES.
-  5. PLAZA DEL ESTUDIANTE



Fuente: XII Censo General de Población y Vivienda 2000
UNIDAD GEOGRAFICA 09015001 CUAUHTÉMOC.

CAPITULO III

LOS COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA Y PRÁCTICA CIUDADANA.

*"Yo participo, tú participas, nosotros participamos,
Vosotros participáis, ellos deciden"
(s/d)*

El Comercio en la Vía Pública (CVP) es una expresión *sui generis* de práctica ciudadana realizada en el Centro Histórico de la Ciudad de México (CHCM). Como se señaló en el capítulo anterior, la organización de comerciantes en la vía pública (cvp) y los mismos comerciantes, han jugado un papel muy importante que llevó a identificar un tipo de participación ciudadana, una práctica social, ejercida desde los inicios de la Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced.

Antes de profundizar, se debe mencionar que actualmente el sistema político que nos rige es una democracia que está en plena construcción, dado que se pueden identificar los ámbitos tanto de la vida social y política en donde podemos incursionar. Es decir, es un sistema que permite protagonizar a la mayoría, respetar las opiniones de los otros, el derecho a la participación individual y colectiva, el derecho a la elección de autoridades, la libertad, la tolerancia, la igualdad, la legalidad, la justicia. En fin, la democracia para su construcción requiere de una amplia participación ciudadana.

Básicamente la democracia es un sistema de toma de decisiones, que busca garantizar la participación del mayor número de personas en asuntos de interés público. De esta manera vemos que la democracia exige de un trabajo conjunto entre ciudadanos y gobierno. Es un sistema que está en constante cambio. Algunos de estos cambios, han sido resultado de la práctica social de los ciudadanos que apunta a alcanzar mejores condiciones de vida y cuya base es el

despliegue de derechos y obligaciones. En un sistema democrático, todos los individuos y grupos, todos los ciudadanos, tienen la obligación cívica y moral de participar en los asuntos políticos de la polis¹⁷, de la ciudad.

En términos formales, se puede decir que *ciudadano(a)* es toda persona mayor de dieciocho años, que tienen un modo honesto de vivir, sin embargo, existen personas mayores de dieciocho años, que no ejercen sus derechos políticos, que no participan, que no votan, que no se interesan por los problemas que acontecen en su comunidad, que les da igual quién gobierne y cómo gobierne. Se dice que son ciudadanos sólo por edad, pero no contribuyen a construir la democracia que hemos venido hablando.

Ser ciudadano no implica únicamente tener acta de nacimiento, cartilla y credencial de lector, porque ciudadanía es más que eso, no se limita sólo al ejercicio del voto, su dimensión es más amplia, porque la ciudadanía se desarrolla en la posibilidad de que los individuos participen en la toma de decisiones sobre asuntos que les conciernen. De acuerdo con García Canclini, "La ciudadanía implica, así, reivindicar el derecho de pertenecer —de ser incluido como miembro— a una nación, un grupo o una ciudad" (Citado por Tamayo, 2002:46). La ciudadanía está asociada a ser miembro de una comunidad política (Estado), lo cual significa tener determinada nacionalidad, lo que conlleva a adquirir derechos y cumplir ciertas obligaciones dentro del Estado o comunidad política por medio de la participación.

El concepto "participación", se utiliza para explicar la incidencia de los individuos o de grupos sociales en las diferentes áreas de la vida social y política, donde se

¹⁷ La palabra política se deriva de *polis* que en griego quiere decir ciudad, y ciudadano también proviene de ciudad. Es decir, el que interviene en los asuntos de la ciudad.

resuelven asuntos de interés público, es tomar parte activa en algo. Como ciudadanos, se puede decir que participamos en la vida política a través de diferentes actividades: votamos; militamos en un partido político; asistimos a manifestaciones; apoyamos a determinados candidatos; discutimos acontecimientos políticos; realizamos actividades comunitarias para resolver algún problema que nos afecta colectivamente, etcétera.

La participación se refiere, a la intervención de los ciudadanos de forma individual o colectiva en la "atención de la cosa pública" (Tamayo, 2002:3). Para participar se requiere de interés, información y compromiso, además, se necesita que dentro del sistema político existan espacios abiertos para promover la participación y poder concretar el ejercicio de la ciudadanía en sus diferentes dimensiones: "ciudadanía civil, ciudadanía política, ciudadanía social" (Ziccardi, 1998:2), que se refieren a los derechos a la salud, a la seguridad social, a votar y ser votado, a la seguridad física, a los servicios básicos, al empleo, a acceder a la vivienda, a la libertad de palabra, de pensamiento, de religión, etcétera.

Para ejercer estos derechos los ciudadanos participan en organizaciones civiles y sociales de dos formas básicamente:

- "Tomando decisiones, a través de elecciones, plebiscito, referéndum, así como consejos de desarrollo de los gobiernos locales.
- Por medio de prácticas sociales y políticas que se producen en agrupaciones de distinto tipo en el nivel social, con intereses y objetivos heterogéneos" (Bolos, 1999: 2).

Por ello, diferentes autores apuntan que hablar de participación ciudadana, implica la intervención en asuntos públicos para plantear y resolver intereses particulares

complejo proceso cultural, que implica compartir experiencias sociales y culturales que dan un sentido de pertenencia a una comunidad, que diferencia a los individuos de otros por el lenguaje, por las formas de organización y los medios utilizados para satisfacer sus necesidades sociales". (Canclini citado por Tamayo 2000:46). En este sentido, la ciudadanía remarca la complejidad que reviste al proceso de la participación ciudadana y a su misma construcción.

Ciudadanía, implica *pertenecer*, en este caso, a una organización, donde la integración de sus miembros a la misma, les permite adquirir una serie de derechos y obligaciones, bajo los cuales se constituye la organización para su buen funcionamiento interno y operación con lo externo. El sentido de pertenencia, en este caso, implica compartir y disfrutar: modos, usos, costumbres, símbolos, valores, lenguaje y actitudes que los caracterizan y diferencian de otros (inclusión/exclusión), precisamente porque forma parte ó no de la organización. De ahí que "la ciudadanía debe considerarse como la identidad que unos comparten precisamente porque otros no encajan en ella, como una forma de solidaridad donde se diferencia a los incluidos de los excluidos, como una membresía donde se decide sobre la participación y el disfrute de los recursos" (Tamayo, 2000:46).

Lucia Álvarez (1997:131) concibe a la ciudadanía como "proceso participativo, entendido como el conjunto de expresiones, movilización y fuerzas colectivas que se organizan de manera autónoma y actúan en el marco local en defensa de determinados intereses grupales o comunitarios". A partir de aquí se afirma que la organización de comerciantes en la vía pública es una forma de participación

ciudadana no reconocida, pero tolerada por las autoridades que se le ha conceptualizado como participación ciudadana clientelística.

El involucramiento de los ciudadanos (comerciantes en la vía pública) en el tratamiento de los asuntos de interés público puede adoptar infinidad de formas, cualesquiera que adopte la práctica social.

La variabilidad de formas de la participación ciudadana nos llevó a identificar dos tipos relacionados con nuestra unidad social de observación (cvp), plenamente antagónicos entre sí. Por un lado, la participación autónoma de los ciudadanos a través de una organización no institucionalizada (no gubernamental), y, por el otro, una participación clientelística con un fuerte sesgo corporativo¹⁸.

Este tipo de prácticas sociales *-tradicionales-* entre grupos determinados de la población se rigen por la lógica del intercambio y generalmente están mediadas por un líder o dirigente que opera como intermediario. La proliferación del CVP como una actividad informal, se desenvuelve al margen de las normas jurídicas vigentes y por consiguiente requiere de la presencia de líderes y por supuesto del consentimiento de las autoridades. Sin embargo este consentimiento o tolerancia, como se ha venido mencionando, corre el riesgo de propiciar la anarquía¹⁹, en la medida que no se sustenta una forma de pacto entre ambas partes, que garantice que se respetarán ciertas reglas del juego. Esto obviamente establece un espacio para la figura del líder, por un lado está en juego la satisfacción de necesidades

¹⁸ Corporativismo es un sistema de organización político social, que tiene como fundamento la agrupación de las personas conforme a la comunidad de sus intereses naturales y sus funciones sociales.

¹⁹ Ausencia de gobierno.

básicas de los cvp y por otra parte el aprovechamiento de determinadas oportunidades lucrativas.

Estas prácticas clientelares, resultan ser, si no la única solución, si un mecanismo por el cual se puede tener acceso a bienes y servicios, en contrapartida, quienes tienen a su disposición los recursos (autoridades) encuentran en este intercambio clientelar un modo de utilizar sus recursos de autoridad y un instrumento de control político y maniobra proselitista.

Ahora bien, el gobierno local ha optado por organizar la gestión de los asuntos públicos inclinándose a alguna de las formas de participación ciudadana que se mencionaron arriba. Dicho de otra manera, la gestión de los asuntos públicos depende de las características particulares del sistema político local, de la fragmentación del sistema de partidos, de la presencia de alternancia, de la existencia de grupos de interés y de presión y del tipo de demandas que ésta genere, ya sean de carácter político, económico, social, etcétera. El gobierno local decide la manera de realizar la gestión pública, y, en este caso, decidirá también el tipo de relación que le convenga establecer con las organizaciones de cvp, lo que quiere decir que prácticamente todas las organizaciones de cvp encontrarían cabida en el aparato público o, en su defecto, serían absorbidas por éste, lo cual significaría que el gobierno local respeta la autonomía e identidad colectiva de las organizaciones para relacionarse con los distintos grupos organizados con la finalidad de encontrar interlocutores efectivos que le permitan diversificar y ampliar la cobertura de las acciones de gobierno, al tiempo de que sus políticas gocen de una aceptación efectivamente pública.

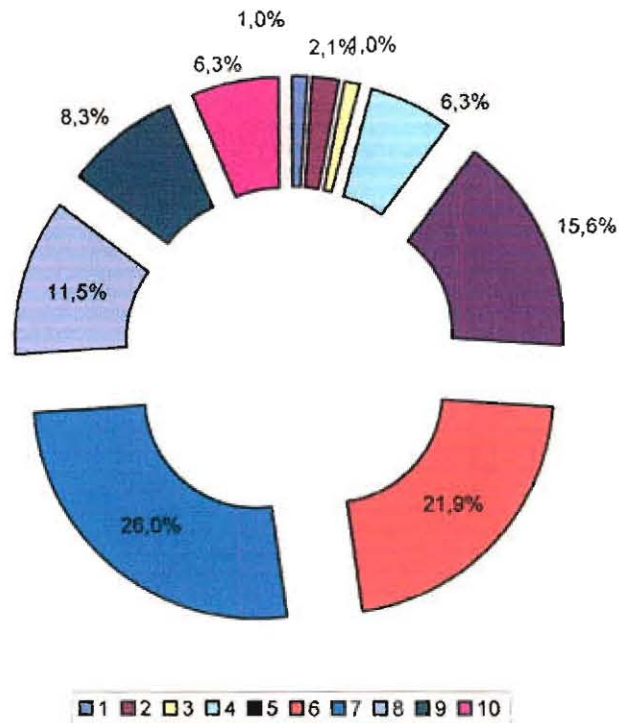
Pero, esta forma de participación ciudadana, con base a lo que Bolos plantea, no ha pasado por lo territorial, dado que las autoridades se han propuesto quitar paulatinamente poder a las organizaciones y resolver de manera directa la situación. Esta forma de participación ciudadana no es reconocida por la Ley de Participación Ciudadana del Gobierno de Distrito Federal (GDF), a pesar que el artículo 22 del estatuto de GDF, señala:

"La participación ciudadana se desarrollara tanto en forma individual como colectiva, a tal efecto se establecerán las normas, los programas y las acciones para fomentar la organización ciudadana en torno a la discusión, análisis, investigación y elaboración de propuestas para la solución de los problemas de interés público y para el intercambio de opiniones sobre los asuntos públicos de la ciudad en general" (GDF, 2000:5).

La participación ciudadana no se retribuye únicamente al voto, como se mencionó anteriormente, sino al derecho que tiene todo ciudadano de manifestarse y demandar la atención a las necesidades que afectan directamente a la organización (como es el caso). Los comerciantes con derechos individuales, políticos y económicos (acceso a bienes y servicios básicos) han visto cómo la conformación de una organización ha sido un mecanismo por el cual han transformado y mejorado las condiciones de vida de un amplio sector de la población insertada dentro del comercio aunque sea irregular. La prueba se observa en la magnitud espacial que ha logrado abarcar el CVP, en el mayor número de población que se inserta en esta actividad y en la evaluación que los mismos comerciantes dieron a la organización (calificación de 8), lo que comprueba que efectivamente la organización funciona (ver gráfica 6)

Gráfica 6

CALIFICACIÓN A LA ORGANIZACIÓN



SIMBOLOGÍA

1	0	6	7
2	3	7	8
3	4	8	9
4	5	9	10
5	6	10	NS/NC

Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004

La organización de cvp fue resultado del problema derivado que enfrentaron los comerciantes por realizar su actividad en el espacio público. Para los cvp la mejor alternativa ha sido conformarse en organización y movilizarse para hacer valer sus derechos humanos en relación con el acceso a bienes y servicios, al menos los mínimos, que satisfagan la necesidad de su propia reproducción social aun sin el menor reconocimiento a los procedimientos formales existentes y sólo considerando que la participación siempre es por algo y para algo.

A partir de los planteamientos de Sergio Tamayo y Lucia Álvarez formulamos que la autenticidad de la participación de los cvp radica en la posibilidad, que tienen los comerciantes de estar informados, de opinar, y lo más importante de determinar y

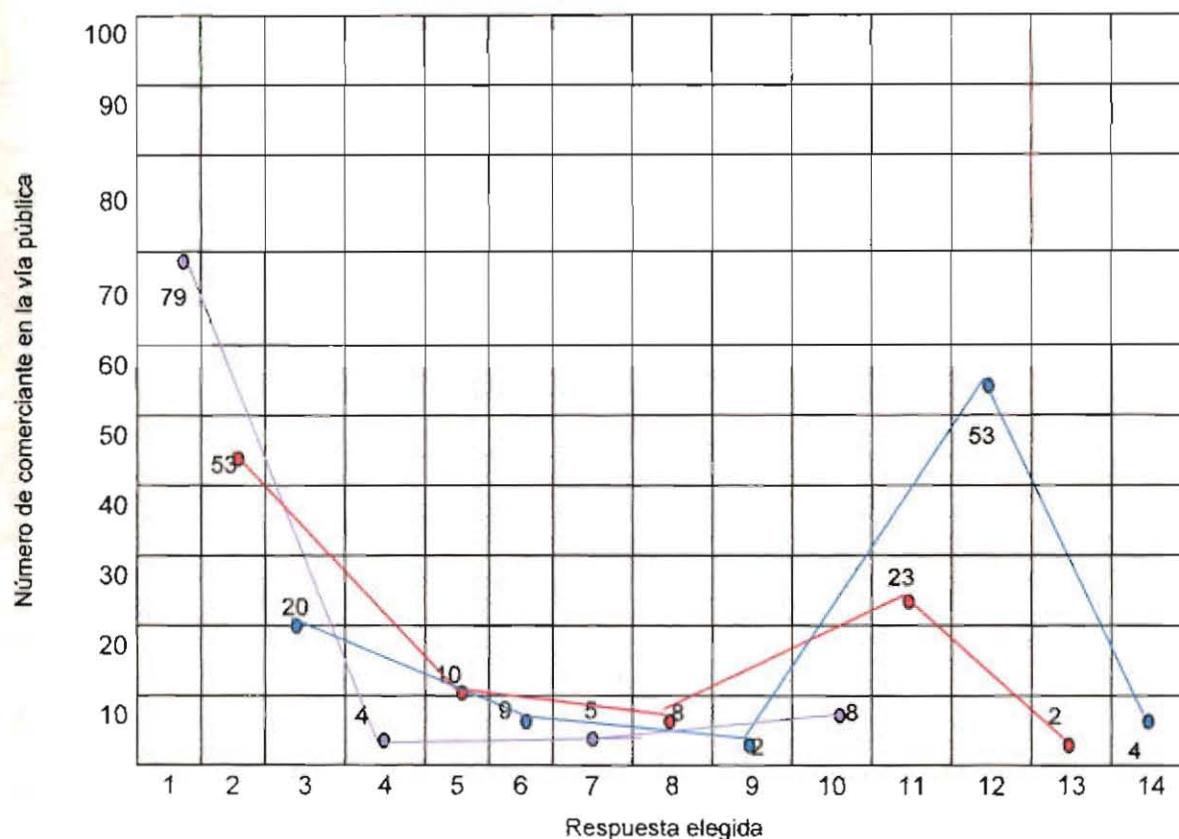
emprender objetivos, metas, planes y acciones, así como la posibilidad de intervenir en la toma de decisiones al interior de la organización, asumiendo la responsabilidad de sus problemas, y desplegando estrategias particulares frente a lo público para obtener respuestas.

Las organizaciones de cvp se caracterizan por ser colectivos, que agrupa a un gran número de comerciantes que comparten elementos de identidad comunes a partir de su inserción al CVP (ver gráfica 7). Las principales particularidades que comparten los comerciantes son: tener en el comercio en la vía pública su principal fuente de ingresos, el haber incursionado por iniciativa propia a partir de la falta de empleo.

La conformación de las organizaciones de cvp se da a partir de la problemática que enfrentan desde el momento mismo de realizar irregularmente la actividad comercial. El control que pretendían ejercer las autoridades sobre los cvp fue el parte aguas que motivó la conformación de la organización UCCAM, en un primer momento, bien estructurada y con objetivos bien definidos

Gráfica 7

RAZÓN, INTEGRACIÓN Y SIGNIFICADO DEL CVP



¿Qué significa el CVP?

- 1- Complemento al ingreso familiar
- 4 - Forma de pago
- 7 - Actividad complementaria
- 10 - Otra

¿Razón por la que eligió el CVP?

- 2- Alternativa al desempleo
- 5 - Herencia de familia
- 8 - Es fácil de acceder
- 11 - Obtención de mejores ingresos
- 13 - NS/NC

¿Cómo se integro al CVP?

- 3 - Recomendación de un compadre o comadre
- 6 - Recomendación de un familiar
- 9 - Recomendación de un amigo
- 12 - Iniciativa propia
- 14 - Otra

Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004

Si partimos de la idea que señala que la participación es más efectiva si se realiza por medio de una organización orientada a la persecución de soluciones relacionadas con las necesidades de un colectivo, se puede plantear que la organización de cvp ha sido el mecanismo con base en el cual los comerciantes

han podido negociar con las autoridades y establecer los conductos por los cuales pueden continuar desarrollando la actividad.

La posibilidad de los comerciantes de intervenir en asuntos públicos significaría tomar parte activa en la determinación de las soluciones a los problemas prioritarios que se derivan de su práctica comercial irregular, así como en la definición de estrategias políticas y demás acciones que atañen a la organización. En este sentido, la implementación de mecanismos de solución por parte de las autoridades, se supone que se hacen considerando las necesidades y las aspiraciones de los cvp, con el objeto de mejorar sus condiciones de vida y de integrarlos socialmente, lo que se refleja en la definición de la política pública de reordenamiento del comercio en la vía pública dada a conocer públicamente a través de los programas de reordenamiento. Bajo este marco surge la pregunta ¿los puntos de vista de los comerciantes en la vía pública realmente son considerados en la definición e implementación de los Programas de Reordenamiento? De acuerdo con las autoridades, la respuesta a esta pregunta es afirmativa, porque de acuerdo con ellas, se consideran las opiniones y propuestas de las delegaciones del DF, de las organizaciones de comerciantes en la vía pública y de la sociedad en general, a partir de "Mesas de Diálogos".

Si la definición de esta política pública se da así, entonces ¿por qué no han funcionado los Programas de Reordenamiento? En lo general, este tipo de programas para su éxito *"requieren de la acción conjunta de los ciudadanos, basada en la solidaridad, la autogestión y la búsqueda de formas alternativas de organización y comercialización, con asesoría, orientación y apoyo de las autoridades"* (PCC, 2000). Sin embargo, hasta el momento los programas no han

sido eficientes, pues momentáneamente los que en un momento fueron cvp pasan a convertirse en comerciantes establecidos, pero al no desarrollar estrategias de comercialización salen nuevamente a la calle y las plazas comerciales, en buena medida, pasan a convertirse en bodegas para el CVP. Con las plazas comerciales, por un momento las calles quedan libres de los puestos de los cvp y con ello se satisface, también por un momento, una de las demandas más recurrentes de los comerciantes establecidos: eliminar la competencia desleal. Y el hecho es que en el CHCM se sigue estableciendo el CVP.

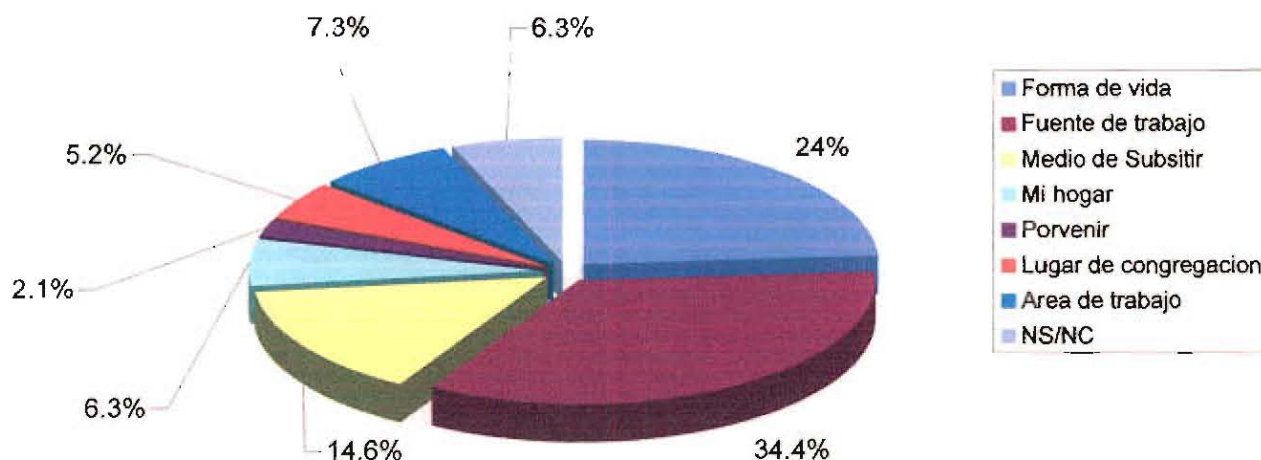
Estos resultados variantes de la política pública, son los riesgos a los que están dispuestas las autoridades a aceptar y que se traducen en un círculo vicioso entre la irregularidad (CVP) y la regularidad (programas de reordenamiento, plazas comerciales) porque no resuelven el problema de fondo (falta de empleo, bajo poder adquisitivo del salario, entre otros, sino que reducen momentáneamente el conflicto. De ahí, pensamos que el CVP dejará de ser motivo de conflicto a partir de que tanto el gobierno como la sociedad colaboren en la implementación de mecanismos efectivos fuera de todo interés político.

3.2 La apropiación del espacio, una forma de manifestación ciudadana.

Otro de los elementos importantes que forman parte de la identidad de los cvp es el uso irregular o apropiación que hacen del espacio público y con ello afirmamos que: la apropiación del espacio público (la calle) es un factor que reivindica su participación dentro de la sociedad.

Un rasgo común de la participación ciudadana es su relación con la apropiación del espacio físico. Actualmente en el Centro Histórico de la ciudad de México siguen predominando los usos de suelos comerciales, para los servicios y persistido el habitacional y el industrial. El suelo como soporte físico de las edificaciones hace posible la realización de la comercialización de diversos bienes, de la prestación de servicios –administrativos, financieros, bancarios, etc.-, del acceso a la vivienda y de la producción de diversas mercancías. Entre esos usos del suelo, el comercial y de servicios, en un largo tiempo, han generado economías de aglomeración que a su vez han sido fundamentales para el surgimiento del CVP en el CHCM. Así las calles de este centro atraen un sinnúmero de gente que significan potenciales consumidores de bienes y servicios que expenden los comerciantes establecidos y que aprovechan los comerciantes en la vía pública. Así la calle es el lugar público en el que por excelencia confluyen las distintas clases sociales, donde se transita libremente, contacta y se comparten bienes comunes (Álvarez, 1997:141), pero, también, es el lugar que el 34.4% de los cvp defino como su fuente de trabajo y de ingresos (ver gráfica 8). Es uno de los espacios públicos que los individuos dedicados al CVP se han apropiado en función de resolver determinado tipo de necesidades, que se asocian frecuentemente a la sobrevivencia y a una forma de vida, que a través de su(s) organización(es) buscan como fin el posicionamiento en el espacio público.

Gráfica 8
SIGNIFICADO DE LA CALLE



Fuente: Información recabada a través de la encuesta, 12 de junio de 2004

El uso irregular o la apropiación del espacio público, por parte de los comerciantes, obedece a tres factores:

- Situaciones de crisis económica por las que ha atravesado el país;
- Incapacidad del Gobierno del DF para resolver un fenómeno que ha persistido por años;
- A la lucha constante de los cvp por posicionarse en él como base de su sobrevivencia o forma de vida.

Álvarez, explica que la apropiación del espacio ha dado lugar a fenómenos de diversa índole: existe la apropiación como el simple vivir y usar la ciudad; y la apropiación como una actividad deliberada que implica un nivel de conciencia con

respecto a la utilidad, necesidad y sentido de tal acción. Esta última deriva frecuentemente en la creación de identidades colectivas y formas de organización. Y es la que constituye el fenómeno participativo ciudadano. De esta manera la autora señala que hablar de la apropiación del espacio (territorio) nos obliga a distinguir entre dos niveles: el uso que se le da al espacio y el de los mecanismos de acceso. El primero se refiere, específicamente al fin que conlleva el efectuar tal apropiación, los móviles que la promueven y qué tipo de necesidades se busca resolver a través de ella. El segundo, apunta a la legitimidad que se pretende dar a la apropiación del espacio. En el caso del CVP tiene mayor peso el primer nivel porque está referido a los fines, anhelos o esperanzas de los individuos que buscan a través del despliegue de sus prácticas sociales, sin importar que para el logro de esos fines se use de manera irregular el suelo para comercializar diversos bienes y servicios; es decir, sin importar la legitimidad de la apropiación, lo legítimo, en todo caso, es satisfacer las necesidades básicas de numerosas familias y, entre ellas, las colectivas.

Como la realización de toda acción social no está libre de conflicto, la práctica social dirigida hacia el desarrollo del comercio irregular o en la vía pública ha derivado en diferentes enfrentamientos entre fuerzas económicas y políticas y en la conformación y redefinición de las diferentes organizaciones de cvp.

Estas organizaciones, entre ellas la Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced, en este conflicto se han valido de diversos mecanismos como: el reconocimiento general de la función social que cumple: abastecer a la población de bienes y servicios de bajo costo; la fuerza de su organización que le permite negociar con las autoridades y, de hecho, posicionarse en el espacio público, y;

ser una área de atracción de individuos que han aceptado los riesgos de haber decidido convertirla en la base para su supervivencia ó forma de vida.

Es un hecho que cuando los cvp no acatan los reglamentos (Bando, PRCVP), es porque no se sienten satisfechos con los programas de reordenamiento del CVP, hacen uso de los espacios donde la ley establece restricciones al CVP, y transgreden la norma. Pero también es un hecho que el uso que hacen del espacio público es una demostración pública colectiva que en su práctica cotidiana permite observar la solidaridad, la ayuda mutua, la lucha por sobrevivir, pero también las desigualdades y arbitrariedades. Es un escenario donde coexiste la esperanza, las expectativas sociales y las presiones sociales.

Día de faena en Corregidora



Fuente: Alcalá y Montes, Corregidora, 7 de Enero del 2004

Exhibición de mercancías



Fuente: Alcalá y Montes, Corregidora, 24 de Febrero del 2004

CONCLUSIONES

El CVP como producto de un proceso histórico, se encuentra enraizado en la historia económica de los pueblos. Su diversificación se da en el siglo XX para formar lo que hoy se define como CVP, con sus diferentes modalidades y características. Ahora bien el CVP tiene sus ventajas y desventajas, ventajas por que es la oportunidad para cualquier individuo sin importar género o edad, de ingresar a esta actividad sin la presencia de un jefe, ni un horario preestablecido de trabajo y las posibilidades de mejora económica. Desventajas, por la ausencia de prestaciones, la falta de seguridad laboral, la inestabilidad de los ingresos y principalmente los propios riesgos de la actividad (desalojos o enfrentamientos con otros comerciantes y autoridades). El CVP como parte de la economía informal, se ha enmarcado en un contexto socioeconómico, caracterizado principalmente por bajos ingresos y escasas fuentes de trabajo. Si bien, en un inicio estos factores fueron el pretexto para que un importante sector de la población viera el CVP como una de las posibilidades inmediatas de subsistencia económica, hoy, se ha convertido en un detonante social y en una cadena de corrupción, donde se ponen en juego intereses políticos y económicos.

Se sabe que la organización de cvp es un espacio de poder, donde se ponen en juego muchos intereses. Las autoridades por su parte desean conseguir apoyo político, y en procesos electorales, votos. Los líderes, ampliar su territorio de dominación, acrecentar el número de agremiados; y porque no, su poder adquisitivo. Los comerciantes por otra parte desean mejores espacios y continuar

desarrollando su actividad. Las relaciones que se establecen básicamente entre estos actores son clientelísticas, regidas por la lógica del intercambio.

La prueba más clara de estas relaciones están en las calles del Centro Histórico, principalmente en la calle de Corregidora, esta se encuentra invadida de comerciantes a pesar que el Programa Parcial de Mejoramiento de la Imagen Urbana, echado andar el año pasado por el Gobierno del Distrito Federal, tenía como objetivo primordial desalojar a los comerciantes de esta zona. Hablar de "tolerancia" por parte de las autoridades, en estas condiciones y a estas alturas ya no es factible. ¿Tolerancia con respecto a qué o a quién? Si los comerciantes están pagando por desarrollar su actividad y las autoridades simplemente se encargan de administrar las cuotas y distribuir las calles de la mejor manera que les convenga.

En esta investigación se dio a conocer la trayectoria de la organización de cvp "UCCAM", liderada en sus inicios por Guillermina Rico y posteriormente por Silvia Sánchez Rico, se presentó el contexto político, bajo el cual funcionaba la organización, la estructura al interior de la organización de comerciantes y la función de la misma.

A partir de esto queda claro el papel que desempeñan las organizaciones, y el poder que representan. Ambos factores propician el surgimiento de varias organizaciones que se fortalecen conforme las autoridades desarrollan programas orientados a regular el CVP: Bando (1993), PRCVP (1998). Las organizaciones se vuelven sólidas y reiteran sus objetivos cuando su fuente de trabajo está en riesgo de cambiar de lugar e inclusive de desaparecer. Las autoridades por su parte aceptan y reconocen el peso que tienen las organizaciones y los líderes de cvp.

Están de acuerdo que los PRCVP no han logrado los resultados esperados, porque la dimensión del problema y los índices de cvp han rebasado los límites de los programas. Al respecto, aún hay mucho por hacer, las autoridades actuales y las que están por venir tienen un gran reto, que es y debe estar contemplado en los planes de gobierno. Si bien, los programas ahí están, lo que falta es cumplir puntualmente cada uno de los objetivos planteados en ellos, instalar esas "mesas de diálogo" de que hablan, tomar en consideración las necesidades de los cvp, y trabajar en coordinación con ellos. Hacer valer su calidad de ciudadanos, de participar en la cosa pública.

El CVP como práctica ciudadana, tal como se plantea en el capítulo anterior, tiene características particulares que se relacionan con el tipo de actividad que desarrollan los cvp. La apropiación del espacio público (calle), es la expresión más convencional de la economía informal, es la forma en que los comerciantes manifiestan sus demandas ciudadanas ante la falta de oportunidades económicas, y hacen de la vía pública su espacio propio de sobre vivencia y al mismo tiempo reivindican su derecho a la ciudad. Porque de cierta manera las calles del centro histórico han respondido a las necesidades de los comerciantes, dado que estas se han distinguido por los usos y prácticas de quienes las habitan y frecuentan, por el gran valor simbólico que ha influido de manera significativa para que el comercio haya alcanzado ese grado de desarrollo que lo distingue actualmente.

Aunado a ello, parte de ese desarrollo tiene que ver con la asociación de los comerciantes, quienes se han agrupado para expresar su descontento a las autoridades.

Hablar de participación ciudadana hoy en día remite a hablar de la participación no sólo individual, sino colectiva, a esa participación donde un sector de la población interviene en asuntos públicos que generalmente atañe a sus necesidades. De esta manera la organización de cvp es una forma de participación ciudadana por ser un colectivo de ciudadanos dotado de derechos y obligaciones, que en la necesidad de resolver su situación de vulnerabilidad por el hecho de realizar una actividad informal deciden organizarse, plantear una serie de objetivos y reglas bajo las cuales funcionara la organización y el mecanismo por el cual podrán negociar con las autoridades para establecer los conductos que les permitirán continuar laborando. Así, la participación ciudadana, apunta fundamentalmente a esa relación entre el gobierno y los ciudadanos, a ese espacio público donde ambos están insertos. A ese proceso mediante el cual, los comerciantes se integran en la toma de decisiones y en la ejecución de acciones que les afectan tanto en lo político, económico y social.

El reto principal de esta investigación fue definir el CVP como una práctica que ha dado lugar a una participación ciudadana autónoma, clientelística y corporativa, por el hecho de ser una asociación no gubernamental que presenta marcas drásticamente enraizadas en este tipo de prácticas sociales que básicamente se rigen en intereses particulares. El reto no fue fácil, pues se podía entrar en contradicción por el hecho de ser una actividad que se desarrolla fuera de la ley y que funciona en la irregularidad, sin embargo el fenómeno del CVP ha dado lugar ha una serie de acontecimiento: inseguridad, hechos delictivos, desestabilización económica, generación de basura, piratería, mafias, corrupción, prácticas clientelares y organizaciones bien estructuradas con objetivos bien planteados,

esto fue lo que llevó a considerar el CVP como una forma de participación ciudadana con todas las características que le atañen y de las cuales se ha puntualizado.

Ahora bien, el problema ha superado la agenda pública puesto que no se ha logrado controlar y la situación amenaza con un desborde del problema. Si hablamos de propuestas, en primer lugar sería resolver el problema que originó el crecimiento de cvp (desempleo), para que este no siga extendiéndose. Si bien, no se puede desaparecer, sí se puede controlar. Planear metas a corto plazo más efectivas, ello implicaría actuar en zonas específicas, delimitadas; proponer alternativas a partir de los resultados que han dado las anteriores, y principalmente que las autoridades sean receptoras de propuestas, que a la vez les permita ser parte y juez de un fenómeno que a lo largo de la historia se ha venido diversificando y desarrollando y que amenaza con propiciar una desestabilización económica, política y social.

ANEXO METODOLÓGICO

INTRODUCCIÓN

El interés principal de esta sección metodológica, es exponer cómo se logra conocimiento objetivo por medio de la investigación científica, es decir conocimiento lo más cercano a la verdad, sobre determinados aspectos de la realidad, en este caso sobre el comercio en la vía pública y su relación con la participación ciudadana.

Uno de los procedimientos consistió en realizar la operacionalización de los conceptos centrales para poder relacionar la teoría con el hecho empírico a través de métodos y técnicas de investigación. Se realizó la definición de los conceptos a utilizar durante todo el proceso de investigación, posteriormente se transformaron en variables para representar al fenómeno social a observar y que pasaron a estructurar las expectativas teóricas o hipótesis. Una vez definidas claramente las variables, se derivaron los indicadores para garantizar la precisión de la investigación, pues sirven para indicar la manera en que se van a medir las variables, para ello fue necesario definir los instrumentos de medición a utilizar. En este caso se llevó al cabo una investigación documental, la observación no participante, entrevistas y la encuesta aplicada a una muestra representativa de 96 casos.

Cabe mencionar que en el índice, cada uno de los capítulos comprende una dimensión temática, donde las variables como tema central dieron forma a los capítulos, apoyándose en apartados elaborados a partir de los indicadores para presentar los resultados que finalmente se obtuvieron.

MÉTODO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Toda investigación social parte de la existencia de un problema social para ser tratado como problema de investigación para describirlo o explicarlo y proponer una respuesta de solución. En este caso se decidió explorar al fenómeno del Comercio en la Vía Pública (CVP), a partir de la revisión de estudios, investigaciones y trabajos ya elaborados, que permitieron adentrarse en el tema y plantear una línea de investigación, en este caso: "La Organización de Comerciantes en la Vía Pública: ¿Una forma de Participación Ciudadana?"

Antes de iniciar el proceso de investigación, se plantearon objetivos y preguntas de investigación que orientaron el desarrollo de la investigación. Para llevar a cabo el análisis e interpretación de la información que se recopilaría, fue necesario plantear un marco teórico y conceptual, donde se definió de manera precisa y explícita los conceptos que se utilizarían a lo largo de la investigación, es decir, se conceptualizó la realidad, en construcciones lógicas (definiciones) que pudieran dar información sobre el fenómeno a representar: comercio en la vía pública, participación ciudadana, espacio público, liderazgo, estructura organizativa. La definición de estos conceptos, como ya se planteó, sirvió como base para formular hipótesis, operacionalizar variables, definir las técnicas y los procedimientos a seguir.

Las hipótesis entendidas como "explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formuladas a manera de proposiciones" (Sampieri, 1996:76), se elaboraron prácticamente desde que inicio el planteamiento del problema, pero en la medida en que avanzó el proceso de investigación y se consultó nueva información bibliográfica se replantearon constantemente, hasta formular

finalmente cuatro enunciados hipotéticos que estuvieron puestos a prueba para determinar su validez al final de la investigación.

Se sabe que toda investigación, crea conocimiento acerca de la estructura, funcionamiento o el cambio de algún aspecto de la realidad social. El acercamiento con el fenómeno social se dio desde el momento en qué inicio la investigación. Se realizó una observación del comercio en la vía pública en algunas calles para definir el espacio dónde se desarrollaría la investigación, en un primer momento se tuvo la idea de llevarla a cabo en 21 calles del Centro Histórico de la Ciudad de México, pero considerando el tiempo de trabajo y la viabilidad de la información, se decidió delimitar el espacio a cuatro calles (Corregidora, Correo Mayor, Anillo de Circunvalación y Av. San Pablo) puesto que en ellas se concentra el mayor número de comerciantes.

MÉTODO DOCUMENTAL

El método de investigación documental nos sirvió para recopilación de información bibliográfica, hemerográfica y de más materiales documentales. Cabe mencionar que para delimitar el tema de investigación, se realizó una revisión de las tesinas que se han elaborado con el fin de conocer la temática que se había manejado con respecto al CVP. Posteriormente se hizo una revisión bibliográfica (libros, artículos de revistas, periódicos, documentos oficiales, artículos periodísticos, tesinas, diccionarios especializados) con base en los propósitos de la investigación, los cuáles están plasmados en los objetivos, en las preguntas y en las hipótesis. Los títulos bajo los cuales se seleccionaron los textos fundamentalmente giraron sobre el Comercio en la Vía Pública, la participación ciudadana y sobre Organización y Liderazgo.

La revisión de la bibliografía se hizo de manera sistemática, el primer paso consistió en seleccionar por medio de una lectura rápida aquella literatura que fuera de utilidad para el marco teórico y desarrollo de la tesina, desechando las que no aportaran mayor información acerca del tema. La recopilación de la información se registró en fichas bibliográficas y en las de contenido y/o mixtas se incluyeron los más relevantes extractos y de ellos derivamos algunos enunciados relacionados con los propósitos del estudio.

OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE

La observación se refiere a la percepción visual que se tiene de un fenómeno social como se presenta a nuestros sentidos, a través de ella *"el investigador hace observación directa sin ocupar un determinado status o función, dentro de la comunidad en la cual está realizando la investigación"* (Tamayo, Mario, 1979:100). Generalmente siempre se observa, pero nunca se hace con el interés que se merece porque muy pocas veces se observa de forma científica. En este caso la técnica de observación fue un instrumento de gran apoyo para la recopilación de datos, pues mediante ella se pudieron percibir aspectos significativos del fenómeno CVP.

Desde el punto de vista metodológico, la observación se realizó de manera que la percepción visual fuera intencionada, es decir, se partió de un objetivo determinado: conocer la situación actual del Comercio en la Vía Pública. Las constantes visitas que se realizaron (en diferentes días y horarios) al Centro Histórico de la Ciudad de México, especialmente en la zona de estudio, permitieron recabar una serie de datos que ayudaron a comprender el fenómeno del CVP. Cabe mencionar que la inserción a la zona de estudio fue fácil, por el

hecho de ser un lugar público al cual todos tenemos acceso. Sin embargo, acceder a la organización y asistir a sus juntas, o tratar de entrevistar a los comerciantes en la vía pública en sus puestos fue muy difícil. En este caso se pudo ganar la confianza de una líder (Silvia Sánchez Rico) y establecer comunicación con ella, se obtuvo su "permiso" para poder tomar fotos y platicar con los comerciantes (se debe señalar que tampoco fue tarea sencilla sacar fotos de la zona de estudio, puesto que los comerciantes se sentían observados; lo cual provocó que las fotos se tomaran de manera clandestina), no sin antes explicarle el objetivo de las continuas visitas y hacerle notar que no teníamos nada que ver con las autoridades. "Aunque obtener acceso a un escenario público no representa un problema, se desarrollaron estrategias para interactuar con los informantes" (Taylor, 1994:39), una de ellas fue consumir los productos que ahí se vendían, y preguntarles cosas, para ellos, no muy relevantes pero para nosotras sí.

LA ENTREVISTA

Otro de los instrumentos que se definieron para su aplicación fue la entrevista que implica una "relación directa [a establecer], entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos, con el fin de obtener testimonios orales" (Tamayo Mario 1979:100).

Las entrevistas cualitativas que se realizaron para conocer acontecimientos y actividades que no se podían observar directamente, como: la estructura de la organización y el tipo de liderazgo. "En este tipo de entrevista nuestros interlocutores son informantes en el más verdadero sentido de la palabra" (Sampieri, 1996:103).

En las entrevistas cualitativas no se tiene un número específico de personas a entrevistar, en este caso, se realizaron cuatro entrevistas, dos a líderes de cvp y dos a autoridades. Los informantes claves fueron seleccionados a partir de la técnica de la “bola de nieve” (conocer algunos informantes y lograr que ellos nos presentaran a otros). Por medio de esta técnica se localizó a: Alfonso Vega, Salvador Cisneros y Miguel Ángel Huerta. Para el caso de Silvia Sánchez Rico, la técnica a aplicar fue distinta, dado que a partir de la observación no participante, nos dimos cuenta de la figura que representa dicho personaje en el CVP y se decidió establecer contacto con ella de manera directa, preguntando a los comerciantes, ¿dónde se le podía encontrar?

El marco de las entrevistas realizadas no se dio a través de un guión de entrevista, sin embargo se formuló una guía con base en los conceptos que se manejaron para realizar las preguntas de ciertos temas en específico. No fue posible utilizar la grabadora como instrumento de apoyo, debido a la situación que prevalecía en el momento de las entrevistas, los entrevistados tenían la idea de que cualquier información grabada podía ser utilizada para fines lucrativos u otros. Ante esta situación se realizó un diario de campo, donde una vez finalizadas las entrevistas se proseguía a redactar todos los pormenores dados en la entrevista, haciendo énfasis en comentarios importantes que daban sobre algún tema en específico.

Las entrevistas que se realizaron a los cvp y que por su experiencia propia tienen conocimiento sobre el fenómeno, se les denomina entrevista a elites “al grupo de personas cuyo conocimiento para los fines de un proyecto de investigación dado requieren un tratamiento individualizado por medio de una entrevista” (Manheim, 2001:182). El objetivo de la entrevista de élite es “recabar información que

contribuya a reconstruir un determinado evento o a discernir una pauta de comportamiento específico" (Ob. cit., 2001:183). Se caracteriza por ser una entrevista no programada, que no tiene una serie de preguntas específicas, la cual se realiza con el propósito de recabar información que ayude a comprender un hecho social o un comportamiento.

Por otra parte en la entrevista especializada "se necesita información de personas que sean representativas o típicas de un grupo determinado de la población" (Manheim, 2001:190), la característica principal de esta entrevista es aplicar diferentes procedimientos de entrevista a los entrevistados. Los dos tipos de entrevistas se realizaron en esta investigación, fueron entrevistas no programadas, realizadas a informantes clave. El análisis que se realizó a la narración de cada uno de los entrevistados la interpretación del fenómeno, no sólo de manera descriptiva sino, también, explicativa que permitió dar respuesta a las incógnitas que se formularon a partir de los objetivos y verificar las hipótesis que se plantearon para la realización de esta investigación.

ENCUESTA

La investigación por encuesta, fue otro de los procedimientos utilizados con la finalidad de recoger, procesar y analizar la información que se obtuvo del levantamiento de encuestas. Para determinar el diseño de la muestra, previamente se realizó un conteo de la población de comerciantes en la vía pública ubicados en la zona de estudio, el resultado que se obtuvo fue: una población de 2000 comerciantes, 456 en calle Correo Mayor, 566 en Corregidora 544 en Avenida Pino Suárez y 434 en Avenida Anillo de Circunvalación. Por el tamaño de la muestra se tomó una parte representativa de la población, llamada

muestra, que corresponde a una cantidad proporcional de la población total. La fórmula que se utilizó para determinar la población que fue encuestada, fue la siguiente:

$$N = \frac{Z^2 N \cdot p \cdot q}{NE + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde n = Población Total.

p,q = Variabilidad del fenómeno estudiado (u ocurrencia de un evento o probabilidad de que un elemento de la población sea seleccionado)

E = Indica la precisión con que se generaliza (+10) este valor lo determina el Investigador.

Z = Nivel de confianza. En este caso se utilizaron las tablas de áreas bajo la curva normal tipificada. Se utilizó el porcentaje de 95.5% como nivel de confianza:

$$\frac{95}{2} = \frac{47.65}{100} = .4775 = A 2.0\%$$

En este caso por cuestiones de tiempos y disponibilidad de recursos se utilizó un grado de error de .10. La operación que se realizó fue la siguiente:

$$N = \frac{2 (2000) (.5) (.5)}{(2000) (.10) + 2 (.5) (.5)} = \frac{2000.00}{21.00} = 95.2$$

De esta manera, la muestra representativa que se tomó de la población total de comerciantes en la vía pública fue de 96 casos. El paso a seguir fue la elaboración del formato de cuestionario, este se determinó a partir de los conceptos que se manejaron a lo largo de la investigación. Para ello se decidió, lo que se quería medir y qué tipo de pregunta se podían aplicar para obtener la información

correcta. Para la realización del cuestionario, se revisó, en un primer momento, el formato de cuestionario aplicado en una investigación del comercio en la vía pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México. La intención fue analizar el tipo de preguntas que se aplicaron para la investigación y contemplar la posibilidad de utilizar alguna de ellas, para la elaboración del formato de encuesta. Las preguntas que se rescataron del cuestionario, se relacionaban con el aspecto financiero, la diferencia entre ellas radicó en las categorías que en este cuestionario se utilizaron para medir las preguntas, dado que los intervalos utilizados fueron seleccionados de acuerdo a información previa que se tenía sobre ingresos obtenidos e inversión semanal.

El levantamiento de encuestas, se llevó a cabo el sábado 12 de Junio de 2004 de 10:30 a.m. a 1:00 p.m. con apoyo de un grupo de seis encuestadores (por orden alfabético) Ana Lilia, Blanca, Leticia, Liliana, Oscar y Shugey. Setenta y dos encuestas fueron realizadas en las calles de: Corregidora, Correo Mayor y Avenida Anillo de Circunvalación, en cada calle se realizaron veinticuatro encuestas, doce en acera derecha y doce en acera izquierda, el levantamiento se dio de forma aleatoria (un comerciante, sí, un comerciante no...), con previa autorización de los líderes, quienes apoyaron para que el levantamiento de encuestas se diera sin ningún problema. En Avenida de Pino Suárez se aplicaron 24 encuestas al azar, debido a los obstáculos que puso el representante de la calle, el levantamiento se hizo sin autorización de él.

El análisis de los datos estadísticos se elaboró en SPSS. En la elaboración de la base de datos el primer paso consistió en asignar un nombre a cada variable, de hasta ocho caracteres, en este caso se definieron las variables, posteriormente se

identificó el tipo de variable, ya sea numérica o alfanumérica, se categorizaron las variables con las posibles respuestas de los encuestados, en el caso de las preguntas abiertas, se estandarizaron para poder medir la información. El dato perdido (missing) fue introducido como "9" o "99" (NS/NC). El nivel nominal, ordinal y de escala, se asignó de acuerdo a las propiedades de cada variable, en este caso la mayoría de las variables fueron de nivel nominal. Finalmente se realizó la codificación, para dar paso al análisis estadístico con la finalidad de observar las características más importantes de nuestro objeto de estudio. La aplicación de tendencias centrales como: la media, moda, mediana, permitieron identificar los casos más destacados, dentro de toda la población encuestada. Cabe mencionar que los resultados obtenidos de las encuestas fueron de gran utilidad para el desarrollo del trabajo terminal, se tomaron en cuenta para contextualizarlos o interpretarlos sociológicamente lo cual consiste en confrontar al hecho empírico con la teoría.

SIGLAS

ABREVIATURAS	SIGNIFICADO
➤ CHCM	Centro Histórico de la Ciudad de México
➤ CVP	Comercio en la Vía Pública
➤ cvp	comerciantes en la vía pública
➤ DF	Distrito Federal
➤ DODF	Diario Oficial del Distrito Federal
➤ GODF	Gaceta Oficial del Distrito Federal
➤ GDF	Gobierno del Distrito Federal
➤ LM	Ley de Mercados
➤ PC	Plaza Comercial
➤ PRCVP	Programas de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública
➤ PRD	Partido Revolucionario Democrático
➤ PRI	Partido Revolucionario Institucional
➤ UCCAM	Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced

BIBLIOGRAFÍA

- 📖 Álvarez Enríquez Lucia (1997). "El proceso participativo y la apropiación del espacio público en el Distrito Federal.
- 📖 Apuntes, La Historia del Comercio Ambulante, s/f (mimeo).
- 📖 Apuntes, Los Orígenes del Comercio Ambulante en la Ciudad de México, s/f (mimeo).
- 📖 Babbie, Earl R, (1993), Método de Investigación por Encuesta, Editorial / FCE, México.
- 📖 Bolos Silvia, Aspectos Relevantes de algunos de los espacios institucionales de participación ciudadana en el gobierno del Distrito Federal (1997-2000) en Ciudades,
- 📖 Briones Guillermo (1990), Método y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales, Editorial / Trillas, México.
- 📖 De Soto Hernando, (1987), El otro sendero de la revolución informal, Ed Diana, México.
- 📖 Dietrich Heinz, (1996), Nueva Guía para la Investigación Científica, Editorial / Planeta Mexicana (colección Ariel), México.
- 📖 Domínguez Prieto Olivia (2002). "La participación Femenina en el Comercio en la Vía Pública: Vendedoras y Líderesas" ENAH Tesina para obtener el grado de Maestría. Programa de Contraloría Ciudadana (2002) Gobierno del Distrito Federal.
- 📖 Ezequiel Ander-EGG, (1996), Técnicas de Investigación Social, Editorial / El Ateneo, México.
- 📖 Feffer Jeffrey, (1991) "Organizaciones y teoría de las organizaciones" Textos de Fondo de Cultura Económica 1982.
- 📖 García Quintana Josefina y López Austin Alfredo (1989), Historia General de las Cosas de la Nueva España, Introducción, Paleografía, Glosario y Notas, Fray Bernardino de

- Sahún, Tomo 2 Editorial / Consejo Nacional para la Cultura y las Artes – Editorial Patria, México.
- 📖 Torres Jiménez Ricardo; (1998) "El Comercio en la Vía Pública: entre programas de reordenación urbana" en Cuestión y Estrategia, UAM-A Num. 11 y 12, Enero – Diciembre.
- 📖 ————— (1996) "El Comercio en la Vía Publica como forma de sobrevivencia" en Sociológica UAM-A año 11 Num. 32, Septiembre – Diciembre.
- 📖 ————— (1998) "La reordenación del Comercio en la Vía Pública en D.F. Programas 1997 – 1998" Sociológica UAM-A año 13, Num. 37, Mayo – Agosto.
- 📖 Lazarfeld Paúl, (1973), De los Conceptos a los Índices Empíricos, en Raymond Boudon y Paúl Lazarfeld, Metodología de las Ciencias Sociales, Barcelona Laia.
- 📖 León - Padilla Miguel, (1995), Los Antiguos Mexicanos, Editorial / Fondo de Cultura Económica, México.
- 📖 Manheim Jarol B. (2001), Análisis Político Empírico, Editorial / Alianza. Madrid.
- 📖 Mantecón Ana Rosa, (1995), "La Invasión de Tepito por el Comercio Ambulante", Julio – Septiembre, RNIU, México.
- 📖 Renate Mayhtz, (1980), Introducción a los Métodos de la Sociología Empírica, Editorial / Alianza Universidad, Madrid.
- 📖 Richard Galles Ann Levine, (1996), Introducción a la Sociología, con aplicaciones a los paises de hablas hispana, Editorial / Mc. Graw Hill, 5ª Edición, México.
- 📖 Sampieri, (1996), Metodología de la Investigación, Editorial / Mc. Graw Hill, México.
- 📖 Solís Felipe y Gallegos Ángel, (2000), Pasajes de la Historia No. 1 El reino de Moctezuma.
- 📖 Tamayo Sergio 2000 ¿Qué significa y para quienes, la participación ciudadana en la definición y práctica de políticas

urbanas? El caso de la Ciudad de México" en Revista Ciudades 55, RNIU, Puebla. México, Julio-Septiembre.

- ————— (2002) "Espacios Ciudadanos" en CIUDADES No. 55 Sociedad y Movimiento, Julio - Septiembre, RNIU Puebla, México.
- Tamayo y Tamayo, (1978), El proceso de Investigación Científica, Fundamentos de investigación, Editorial / Limusa, Bogotá.
- Wallace Walter L, (1980), La Lógica de las Ciencia en Sociología, Editorial / Alianza, Madrid.
- Weber Max, (1993) "Economía y Sociedad" FCE, México.
- Ziccardi, Alicia (1998) "Las ciudades: la gobernabilidad y la participación ciudadana", en Ziccardi Alicia. Gobernabilidad y participación ciudadana en la capital. UNAM / Porrúa, México.

HEMEROGRAFIA

- Jornada (4 de Abril de 1994).
- Jornada (30 de Agosto de 1995).
- Jornada (5 de Septiembre de 1996).
- Jornada (4 de Abril 1999).
- Jornada (28 de abril del 2004)
- Jornada (27 de Mayo del 2004)

DOCUMENTOS OFICIALES

- Diario del Distrito Federal 1997.
- El Bando, 1993.
- Gaceta Oficial del Distrito Federal (2000).
- Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública (1997).
- Programa de Contraloría Ciudadana (2002) Gobierno del Distrito Federal.

- 📖 Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública (1998) Gobierno del Distrito Federal.
- 📖 Reglamento de Mercados de 1951.

ENTREVISTAS

- 📖 Cisneros Salvador, Director de Vía Pública en la Delegación Cuauhtémoc, México D.F. 5 de Marzo de 2004.
- 📖 Huerta Miguel Ángel, líder del Frente Unido de Invidentes y Comerciantes, Centro Histórico de la Ciudad de México, 24 de Marzo de 2004.
- 📖 Sánchez Rico Silvia, líder de la Unión Cívica y Comercial de la Antigua Merced, Centro Histórico de la Ciudad de México 6 de Enero de 2004.
- 📖 Vega Alfonso, Representante de la Coordinación de Programas Delegacionales, México D.F. 1º de Febrero de 2004.